紅色滲透

中國媒體全球擴張的真相

《中國：潰而不崩》、《中國的陷阱》作者

何清漣——著



中國觀察
gūsa 41

紅色滲透

中國媒體全球擴張的真相

何清漣——著

八旗文化

VISIT…

LANZAROTE Caliente.com

毛澤東：「把地球管起來，讓全世界都聽到我們的聲音！」
這並非危言聳聽！——「中國大外宣」正在剝奪你的閱聽自由！
全球媒體大一統的中國夢，正快速滲透世界每一個角落！

二〇一八年《胡佛報告》引用本書研究，促成美國大反擊！

2009年，中國決定投入450億元人民幣鉅資在全球推廣「大外宣計畫」，藉此與西方媒體「爭奪話語權」。至今十年已經過去，中國的紅色滲透效果如何？民主世界最引以為傲的言論自由，如果被中共的宣傳機器徹底佔據後，會發生怎樣的事情？

中文媒體、華人社團與中文學校，一向是中共「海外統戰三寶」。自1990年代中期開始，隨著中國的海外滲透，世界各國的中文媒體就已經開始在政治上重新定位，2009年之後尤其如此。全球華文媒體陷入單一新聞取向的趨勢已經迫在眉睫，許多媒體都已經淪為北京的傳聲筒，基本上是中共宣傳機器的延伸。

中國對第三世界國家採取直接收買的方式：伴隨著中國經濟崛起，非洲成為中國最大利益之所在，在這個傳播媒體較為弱勢的世界，中國式的宣傳早在上世紀五、六〇年代就取得話語權；**而對媒體發達的先進國家，則轉而採取「外宣本土化」策略：**中共編列了巨大資金，或是直接建立媒體分社、或是收編或聘用外國的記者編輯、或是入股或併購外國的媒體等等，旨在各項外宣計劃要「營造良好的國際輿論環境」。

香港和台灣成為紅色滲透重災區：香港媒體的內地化已經成為事實，登廣告這種商業活動，被中共做成了政治誘餌，利用黑社會威脅記者人身安全更是時有發生。台灣方面，中共滲入媒體業，在2008年以前採用的是迂迴繞道的方式，借道海外中資入股媒體。2008年以後，北京勢力滲透媒體走的完全是陽光大道，無須隱身。此外，本地媒體也因為中國的新聞置入帶來的金錢收益而開始「自律」，中國的負面新聞幾乎都不見。這種台灣媒體形同被中國政府「收買」的現象，其實已經是台灣國家安全層級的問題。

中國的大外宣會成功嗎？何清漣認為，「金錢外交＋大外宣」不是國家軟實力。一個國家的「國際」形象，歸根究底是由其「國內」政治社會狀況來決定的。其外宣內容充斥的正面形象，在中國內部各種腐敗、貧富不均、環境污染、生態災難、暴力鎮壓人民等議題下，明顯缺乏公信力。而事實上中國已經踢到了鐵板——在澳洲、加拿大，官方已經採取反間諜滲透的行動；在美國，孔子學院的教師被調查，《外國代理人登記法》的啟動，都是要打擊「大外宣」對自由世界的干擾與影響。

八旗文化 BOOK REPUBLIC 讀書共和國
www.bookrep.com.tw
定價：380元
建議分類—社會科學／中國研究
ISBN：978-957-8654-47-1

紅色滲透：

中國媒體全球擴張的真相

作者	何清漣
總編輯	富察
責任編輯	穆通安、區肇威、洪源鴻
企劃	蔡慧華
封面設計	虎稿・薛偉成
內頁排版	宸遠彩藝
社長	郭重興
發行人兼出版總監	曾大福
出版發行	八旗文化／遠足文化事業股份有限公司
地址	新北市新店區民權路 108-2 號 9 樓
電話	02-22181417
傳真	02-86671065
客服專線	0800-221029
信箱	gusa0601@gmail.com
Facebook	facebook.com/gusapublishing
Blog	gusapublishing.blogspot.com
法律顧問	華洋法律事務所／蘇文生律師
印刷	成陽彩色印刷股份有限公司
出版	2019 年 03 月（初版一刷） 2019 年 03 月（初版二刷）
定價	380 元

版權所有・翻印必究
本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換。
歡迎團體訂購，另有優惠。
請電洽業務部（02）22181417 分機 1124、1135

紅色滲透：中國媒體全球擴張的真相
何清漣著／新北市／八旗文化出版
遠足文化發行／ 2019.03

ISBN 978-957-8654-47-1（平裝）

1. 政治傳播 2. 文化傳播 3. 中國

541.83 107023646

《中國：潰而不崩》、《中國的陷阱》作者
何清漣——著

紅色滲透

中國媒體全球擴張的真相

目錄

導讀1 **警惕中國的銳實力** 007

／張錦華（台灣大學新聞研究所教授）

導讀2 **「大外宣」：中共與西方的意識形態之戰** 017

／程翔（香港媒體人、《天安門的反思》作者）

前　言 **「大外宣」是中國推行全球戰略的文化工具** 025

第一章 **源遠流長的中共對外宣傳史** 029

一、中共創辦新聞媒體與外宣的草創時期：從延安到西柏坡 031

1、延安時期：窯洞通訊社與馬背通訊社

2、西柏坡時期：中共新聞及宣傳成型期

二、單向輸出的「外宣」與自以為是的「文革」外宣 036

1、一邊倒的對外意識形態宣傳（1949 至 1966 年）

2、「文革」時期的外宣工作（1966 至 1977 年）

三、1978 年「改革開放」以來中國的「外宣」工作 042

1、1978 至 1989 年：中國外宣工作逐步成型

2、1990 年代至 2015 年：從外宣脫困至主動進攻

四、國際社會對中國大外宣開始阻擊 048
1、澳洲與加拿大的反中國間諜滲透
2、美國政府重啟《外國代理人登記法》

第二章 中國「大外宣」的「本土化戰略」 057
一、中共建政後外宣期刊的製作與發行 059
1、外宣期刊本土化的「旗艦」——國家外文局
2、外宣期刊的種類
3、中國政府聘請外宣「專家」的標準
二、中國大外宣「海外布局」 065
1、金錢開道，大外宣急劇擴張
2、重金吸引「洋人雇傭軍團」加盟大外宣
3、洋人雇傭軍團遵守的「媒體原則」：宣傳高於真相
4、對貧窮國家記者採取短期「圈養」
三、「外宣媒體本土化」戰略，各國收效不同 076
1、苦心經營 65 年的《人民中國》日文版
2、創立「中拉媒體新聞共用」的新聞導向模式

四、「感情投資」最大的非洲卻遭遇新殖民主義的批評　084
1、中國「紅色文化」的非洲追隨者多為獨裁者
2、1990 年代以後中國在非洲的文化與經濟輸入
3、中國在非洲的外宣效果受到質疑

第三章　世界中文媒體的政治版圖　097
一、中文媒體的生態變化　098
1、1980 年代：中文媒體的政治取向多元化
2、1990 年代：中文媒體逐漸向「祖國」靠攏
3、北京對海外中文媒體的紅色滲透
二、為世界中文媒體從業人員提供交流平台　112
1、開辦專門為海外中文媒體服務的研究中心、網站、雜誌
2、舉辦各種海外中文媒體研修班，規訓海外中文媒體從業人員
3、定期舉辦會議
三、海外中文媒體：中共對外傳播的「第三陣營」　118
1、海外中文媒體奉命配合政治宣傳
2、中共對外傳播的「第三陣營」

第四章　香港回歸後媒體的喉舌化　125
一、港英時代：香港傳媒業的自由繁榮時期　126
二、九七回歸後：香港媒體漸套枷鎖　129
1、「九七回歸」之後香港傳媒的受控和自律

2、「愛國富商」辦媒體熱情「突然迸發」

3、《南華早報》終成大外宣一員

三、香港媒體的「喉舌化」趨勢已不可逆轉 140

1、香港特區政府為言論自由設限

2、「不服從者不得食」與人身安全威脅

3、港媒「喉舌化」，漸失公眾信任

第五章 中共政府對台灣媒體的紅色滲透 157

一、台灣新聞自由度的升降受台海關係變化影響 158

二、中共勢力滲入台灣媒體的方式 161

1、暗渡陳倉：2008 年以前中資勢力滲入台灣媒體的方式

2、中國紅色勢力大張旗鼓滲入台灣媒體

3、置入性行銷：中國政府購買新聞

4、親中媒體對公共事件的扭曲報導

三、台灣學界高度關注中國政經介入導致媒體失衡 173

1、台灣學者關注在地媒體的「中國因素」

2、台灣學界、新聞界對「中國因素」的反抗行動

第六章 中國的形象焦慮症與「大外宣」效果 179

一、中國王牌外宣媒體《環球時報》的兩副面孔 181

二、是中國「沒有面孔」還是人們不願意看到真面孔？ 185

三、各方對「大外宣」效果的質疑聲浪 188

四、一個國家的國際形象由其國內政治社會狀態決定 192

結 語 **2018 年：美國阻擊中國大外宣之始** 197

一、美國精英對中美關係的戰略性反思 199

二、2018 年：美國反紅色滲透的幾個重要報告 201

1、學術間諜的指控公開面世

2、智庫與 K 街遊說集團：中國的利益關連被曝光

三、彭斯副總統的演講集「屠龍派」觀點之大成 204

四、擁抱熊貓派長期主導中美關係的發展方向 207

五、《胡佛報告》讓擁抱熊貓派「體面」離場 210

六、失去「擁抱熊貓派」加持，意味中國失去了美國 212

後 記 **遲到八年才面世的大外宣研究報告** 223

註 釋 227

導讀 1

警惕中國的銳實力

——張錦華（台灣大學新聞研究所教授）

海內外知名的中國經濟社會學者何清漣女士一向十分關注中國的新聞言論控制，她在 2006 年出版的《霧鎖中國：中國大陸控制媒體策略大揭密》，至今為止，幾乎仍是系統的分析中共控制媒體的唯一專著。2019 年初，何女士繼續再接再厲出版本書《紅色滲透：中國媒體全球擴張的真相》，補上了中共對國際社會輸出言論和媒體控制的各項事實和數據分析，並說明近兩年來國際社會如何覺醒和反擊。同時擁有歷史和經濟學專長的何女士，也曾是一名優秀的記者，著作一向嚴謹、分析犀利、數據資料確實豐富，更堅守自由與人權的核心價值。相信本書的問世同樣將是學界瞭解中共外宣的必讀之作。

◎本書簡介

本書共分為六章，第一章簡介中共的對外宣傳史，資料很珍貴，尤其是回溯到中共早期建制時期，西方媒體左派記者如愛德加．史諾（Edgar Snow）等人如何讚譽共產體制，卻完全無視於中共如何剝奪人民政治權利。本章也說明澳洲、加拿大以及美國政府如何在 2014 年之後，才警覺到中共的外宣機制

已影響該國的自由民主及政府決策，於是相繼質疑中共的外宣媒體具「間諜」性質，並修訂了相關法案，包括澳國政府重修反間諜和外國政府干涉內政的法律、美國修訂《外國代理人登記法》等。

第二章主要分析中共自2003年後，如何將外宣「本土化」，也就是為了執行「外宣工作三貼近原則」——即貼近國外受眾的思維習慣、貼近對中國訊息的需求，以及貼近中國發展的實際。中共在其經濟大幅成長之際，編列了巨大資金，或是直接建立中共主要喉舌媒體分社、或是收編或聘用外國的記者編輯、或是入股或併購外國的媒體等等。執行的範圍廣及歐、美、亞、非、拉美等地。在習近平上台後大力推動的「一帶一路」計劃下，各項外宣計劃更是要「營造良好的國際輿論環境」，而對於多個國家在該計劃下出現「債務外交」等惡果，則是隻字不提。

本章也評價了這些用鉅額經費操控下的外宣成效，作者認為「傳播力不等於公信力，信息發布也不等於資訊的到達、資訊的到達也不等於受眾按照發布者的意圖解讀」。她語重心長強調，一個國家的「國際」形象，歸根結柢是由其「國內」政治社會狀況來決定的。中共無法杜絕互聯網上各種管道傳出的有關中共的高度腐敗、貧富不均、環境汙染、生態災難、暴力鎮壓人民等，其外宣內容充斥的正面形象就缺乏公信力了。

第三章是詳細分析國際上的「中文媒體」如何被中共籠絡及收編，目前多半已逐漸靠向中共。中文媒體是中共所謂「海外統戰三寶」（中文媒體、華人社團與中文學校）之一，本章主要以美國為案例，分析中共如何以入股、收購、主辦交流會

議、研修班、論壇等等積極且規模龐大的交流平台，影響海外的中文媒體。結果是：「自 21 世紀中國強力推行大外宣以來，世界中文媒體版圖已呈現紅色和粉紅色」，還能夠堅持獨立和批判立場的中文媒體已屈指可數，如美國之音、BBC、自由亞洲電台、以及《大紀元時報》和新唐人電視台等。

第四章則是專門談香港九七回歸後的媒體「喉舌化」現象。本章記錄香港在港英殖民統治下曾經享有的新聞自由已成明日黃花。無論是所有權、言論、編採及廣告等均多遭控制，甚至批判性強的記者遭到威脅、離職或暴力攻擊。連外國新聞機構的記者都遭到整肅，例如，2018 年時任香港外國記者會副主席馬凱（Victor Mallet），也是《金融時報》的亞洲新聞編輯，因邀請「港獨」人士演講而遭到驅逐出境，「香港已死」終已到來。作者更痛心控訴，北京藉財團之手操控香港傳媒市場，縱容中資媒體肆意攪亂香港輿論，這不是在幫助香港發展，而是導致香港大陸化、中共化。這對香港市民來說，不啻是一種「國家犯罪」。

第五章是談中共對台灣媒體的紅色滲透。作者直指台灣新聞自由度的升降明顯受到兩岸局勢的變化。2008 年馬政府上台後，兩岸交流日多，親中商人也大張旗鼓進入台灣媒體市場。很明顯的，所有權的變化也同時伴隨著新聞編採立場的變化（如親中的正面報導、迴避負面的公共議題）、甚至是棄守新聞專業（偏向的報導和新聞置入等）。由於當時的執政者強力的推動 ECFA 及《海峽兩岸服務貿易協議》，導致公民社會發動了反服貿的「太陽花運動」。作者認為在中國挾持強大的政治和經濟影響力之下，值得肯定的是，台灣的知識分子能夠

勇於抗衡，包括旺旺三中集團大規模併購有線電視的計劃終於挫敗、《服貿協議》也終於罷簽，新聞言論的自由環境獲得暫時的維護。2016 年至 2018 年的國際新聞自由度評比，台灣連續三年重新獲得亞洲第一的排序（總名次則是在 40 名左右），而中國則是在全球近 200 個國家中排名倒數十名以內。不過，作者也警告，中共汲汲於對台灣媒體滲透和言論控制，台灣必須時時警惕。

第六章是「中國的形象焦慮症與『大外宣』效果」，作者總體分析為什麼中共要花費巨資，營造中國的正面形象，又獲得什麼樣的效果。其實做為 GDP 世界第二大總量的中國，絕對是任何國家不容小 的「強國」，為何還要不計成本地「爭奪話語權」？作者首先用《環球時報》及其英文版 Global Times 為例，諷刺地指出其對內對外是「陰陽臉」，一方面對外宣的報導故意顯示中國的「自由開放」，例如凸出其對異議人士的公開採訪報導；另方面，對內則是不惜扭曲訊息，撒謊編造中國的正面假象。作者認為，由此也可看出，中共原有的真實面孔太醜惡，不能以本來面目示人，因此投入巨額經費，打造一副好看的面具。但作者認為，不管中國大外宣如何妝扮自己，世界總有看穿中國真面目的一天。2018 年 10 月 4 日，美國副總統彭斯在華府哈德遜研究所發表的演講，強烈指責中國的軍事侵略、盜取商業機密、各種間諜活動、侵犯人權，以及干預美國選舉等，顯然將使中國的大外宣不能再像以往般無所顧忌。

最後一章是進一步分析「2018 年：美國阻擊中國大外宣之始」。本章說明美國如何從早期將中國定位為「經濟合作夥

伴」，因此秉持「接觸、合作、改變」的基本原則，希望最終實現中國的民主化。但是，前述「擁抱熊貓派」在 2016 年川普當選後，遭到「屠龍派」的打擊，使得中共經營多年的美國外宣工作，幾乎趨於瓦解。2018 年由美國智庫、國會或政府出台的幾項報告，直接揭露了中國「學術間諜」、由中共出資和影響的「孔子學院」、「中國研究中心」，以及收買人才的「千人計劃」等等，如何利用美國的開放社會，出巨資打造平台，伸長臂監控異議者、壓制談論「六四」、台灣、新疆、法輪功等議題，利誘和影響美國政策和意見領袖。

尤其是，獨裁中共的外宣計劃實際上結合著黨國的經濟戰略計劃，壓制負面批評，背地卻以「掠奪、複製、取代」的策略，長期盜取高科技知識技術、然後複製生產，在全球市場中取代美國公司，甚至忘形高聲宣傳「中國製造 2025」，讓美國感受到強烈的不公平貿易帶來的威脅，川普終於堅決地發動了中美貿易戰。本章內容是當前最新的發展，作者又是長期觀察中美經濟社會的專家，內容精彩詳實，值得仔細閱讀。

本書付梓之際，美國以 23 項罪名起訴華為副董事長兼財務長孟晚舟，這些罪名中包括違約出售伊朗禁用技術、竊取商業機密、涉及電信欺詐、竊取機械人技術等等，並要求從加拿大引渡。司法及貿易大戰才要開始。無論後續如何發展，這些指控顯示中共不公平的貿易手段，各種金錢收買或盜取專利的行為，實為所謂的「強國」之恥。目前已有美、英、德、日、加、荷、澳、法，以及台灣等地均開始抵制華為產品。這些年來中共為了維護其黨國政治經濟利益的大外宣投資恐將陸續付諸東流。

◎反思：認識銳實力和軟實力的不同

也許有人會問，任何國家都在從事外宣工作，中共巨資投入的大外宣有何不當？文宣工作又稱「軟實力」，各國都在努力經營，當然也投入大筆金錢，像韓國影視產業行銷全球，還被奉為國家投入文創的典範。中共的大外宣策略，例如孔子學院推動中國文化教研和中文教育，有何不妥呢？

要回答這個問題，需要分辨兩個名詞：軟實力和銳實力。美國國家民主基金會在 2017 年 12 月初公布一份報告：《銳實力：威權主義影響力在民主國家中漸增》（*Sharp Power: Rising Authoritarian Influence in the Democratic World*），即首先區別「銳實力」與「軟實力」的不同，後者主要是透過文化傳播增強其本身的吸引力或說服力（形象），如韓國的影視文化風行全球就是典型。但「銳實力」則是以「利誘」及「威脅」並用的方式，令有利於己方的輿論變成主流，迴避或壓制負面議題或問責言論，從而減低威權強國在海外拓展經濟項目和國家形象上所遇到的阻力。

這份報告主筆之一賈勒德納（Juan Pablo Cardenal），是西班牙記者，現旅居於香港，在 2013 年出版《中國悄悄占領全世界》（*China's Silent Army: The Pioneers, Traders, Fixers and Workers Who Are Remaking the World in Beijing's Image*），即詳細分析中國如何從媒體、經濟、學術與文化等各層面影響拉丁美洲。藉由各種經濟優惠、交流參訪或論壇平台的方式，拉攏他國社會的公／民間社會團體成員，其目的就是達成「中國積極設定的政治議程，與黨國立場都相當一致，且明顯是為減弱海外批評中

國的聲音」。也就是說，其最終目的，就是藉由「銳實力」所發揮的經濟利誘，達成強制的「輿論操控」，壓制批評中共的言論，俾維護中共的政治影響力和經濟利益。

2017年12月14日的英國經濟雜誌《經濟學人》（*Economist*）也以「銳實力」（Sharp power）為題，形容中國日增的國際影響力，主要是指中國通過收買與攏絡等多種做法，影響輿論取向，操控各國的決策。有別於國際社會認可的「軟實力」作法，銳實力的影響力具侵略與顛覆性、能削弱他國主權，是一種獨裁國家利用自由國家開放社會的「不對稱作戰」。各國隨著中共愈發高姿態的大外宣作法，因而開始警惕並定位中共為具威脅力的「外國勢力」。

◎中共銳實力的案例

中共銳實力運作於全球的案例包羅萬象，台灣應有最明顯的感受，例如：針對擁有中國市場的影視明星或企業商家、跨國企業如航空公司或旅館飯店等網站，對其有關台灣的言論立場，或台灣籍屬名稱等，均要求「屈服、道歉、並宣示配合既定政治原則，甚至進一步自我審查、限制言論或學術自由，或違背自由意志而配合做特定的發言、表態，甚至迫使他人也配合表態」。

國際上的文化學術界亦有多個案例受到矚目和警惕。例如，本書中提到的中國在多所大學設立的孔子學院，就是操作「銳實力」的具體事例。近年來澳洲及美國各地均持續揭露以中共資助（補助、捐助）等方式在各大學建立的孔子學院，表面上宣稱從事中國文化教研，但隱藏在背後的則是，中方運用

經濟手段干涉學術自由，因而引起學術界覺察和反彈。近年已有多起大學關閉孔子學院的案例。美國國會也擬提案將孔子學院列為《外國代理人登記法》的登記範圍。

另一個引起強烈反彈的言論操控案例，是 2017 年劍橋大學出版社屈從中方壓力，將旗下重要刊物《中國季刊》（*The China Quarterly*）中超過 300 篇論文和書評從其中國網站下架，據報導其背後有中方大量捐款。本案引起上千名的該期刊作者連署抗議，劍橋大學才撤回下架的決定。另一世界最大學術圖書出版商施普林格．自然集團（Springer Nature），據報導也從旗下《中國政治學期刊》（*Journal of Chinese Political Science*）及《國際政治學》（*International Politics*）網站刪除了 1000 多篇文章。這些文章均含有被中國政府認定為政治「敏感」的關鍵詞，如「台灣」、「西藏」、「文化大革命」等。施普林格顯然是為了他們在中國的圖書市場，其說詞是他們必須遵守中方合作夥伴——中國圖書進出口總公司執行的「本地分銷法規」。

由以上討論可知，中共銳實力是透過中國在經貿市場、工作權乃至生存安全上的影響力，也就是威權國家的綜合實力，公開或非公開地施壓、影響特定對象，讓對方屈從或自我審查，達到其操控、影響輿論的效果。這並不只是影響言論自由，更威脅民主制度和國家安全。

至於如何有效對抗來自中共的銳實力攻擊和影響呢？在 2018 年 12 月 2 日的一場「台美如何共同面對中國銳實力？」國際論壇中，多位學者均指出應加強分享台美和區域資訊和法規制度；在傳播面向的作法，則建議媒體應盡力透過自身的

力量去進行調查與揭發任何「紅色資本」（Chinese capital and and investment）隱藏的利益勾結。

「台灣守護」（Taiwan Sentinel）總編輯寇謐將（Jean-Michael Cole）認為，互聯網和社群媒體的時代，中共的外宣操作，更可以透過假新聞（fake news）、假消息（misinformation）和假資訊（disinformation）等，利用自由開放社會的保障，進行不對稱的滲透和影響。台灣即將到來的 2020 年總統大選值得密切注意。因此，民眾與媒體都有責任，加強認識中國銳實力手段與其背後的意識形態。方式上包括定期舉行雙方學者專家和公民社會團體的交流會議，有系統地分享資訊與調查成果。透過共用平台，提升民眾情境意識（situational awareness），從而揭露中國銳實力直接或間接的威脅。

而本書的出版，正是揭露中國銳實力的力作。也是作者做為公共知識分子，關心人類自由、公義與人權的長期而深刻的重要成果之一。

張錦華

20190208　台灣大學新聞研究所

導讀2

「大外宣」：中共與西方的意識形態之戰

——程翔（香港媒體人、《天安門的反思》作者）

中共自從 2008 奧運會之後向國際社會開展其「大外宣」工作，至今已經十年。所謂「大外宣」，是「中國對外宣傳大布局」的簡稱。開始時，國際社會對此並無太多認識，十年後的今天，大家終於看出「大外宣」對其社會帶來的潛在危機，從而開始自覺地抵制它。在此時此刻問世的何清漣女士的新作《紅色滲透：中國媒體全球擴張的真相》（以下簡稱《紅色滲透》）就顯得十分及時。

對中共宣傳工作的組織結構、體制、政策、手段等各方面，何清漣女士堪稱是最權威的專家。她在 2006 年出版的《霧鎖中國：中國大陸控制媒體策略大揭密》，一直成為研究中共宣傳工作的學者不可或缺的經典參考書，迄今尚未有能出其右者。十餘年之後，她再接再厲出版了《紅色滲透》一書，可以說是前書的姐妹篇，詳細分析了中共「大外宣」對國際社會的危害性，這對西方世界主張對中共採取綏靖政策的人可以說是當頭一棒。

中共的「大外宣」是什麼東西？ 2013 年 8 月 19 日，習近平在全國宣傳思想工作會議上的講話中指出：「要精心做好對

外宣傳工作，創新對外宣傳方式，……講好中國故事，傳播好中國聲音。」其目的就是要爭奪國際話語權。一篇闡述他這個觀點的文章說：

國際話語權的拼爭，就是爭奪影響和調控國際輿論的權力。當今世界，誰掌握了國際話語權，誰就能先發制人，在解讀紛繁複雜的國際現象、評說國際事件，甚至在制定和解釋各種國際遊戲規則的複雜競爭中占到優勢，從而達到「不戰而屈人之兵」的目的……。讓世界在第一時間聽到中國的聲音和觀點、最大限度地爭取國際受眾的對中國觀點和中國道理的認同和認可。[1]

從這裡可以看到，中共的「大外宣」，是要進行一場沒有硝煙的戰爭，力圖做到「不戰而屈人之兵」。在另一篇闡述習近平思想的文章，更殺氣騰騰地強調要「敢於亮劍」，他說：「在面對事關國家利益的大是大非問題和國際社會普遍關切的重大議題上，必須始終站在黨和國家的立場，旗幟鮮明、理直氣壯地發出中國聲音、闡明中國觀點、講明中國立場，絕不能失語、缺位。特別是對西方社會在針對涉華重大熱點敏感問題上別有用心的造謠、歪曲和惡意汙蔑、攻擊，更是要正面交鋒、敢於亮劍、堅決批駁、嚴厲回擊，絕不能當左右迎合的『搖擺人』、態度曖昧的『兩面派』、獨善其身的『老好人』。外宣工作，需要的是『戰士』，絕不需要『紳士』。」[2]

從這些闡述文章可以看到，中共的「大外宣」，事實上是在意識形態領域挑起一場與西方的戰鬥。

有人會問：為什麼國際社會必須警惕中共的「大外宣」？美國、英國、法國、德國等西方國家不也是通過官方支助的傳媒及文化機構在國際上宣揚他們的觀點嗎？筆者認為這裡有本質的分別。

第一，從目的看，西方的宣傳，是屬於「意見自由市場」（Marketplace of ideas）上不同意見互相競爭受眾的支持，它是經濟學上自由市場（free market）概念在意識形態領域的延伸。它是指讓人民群眾、讓各黨各派都利用報刊充分自由地表達各自的意見。而充分表達意見的前提是給予人民有關各項事物的充分資訊。[3] 中共的目的則不然。早在上世紀 50 年代末期，中共領導人毛澤東就向新聞工作者提出「把地球管起來，讓全世界都能聽到我們的聲音」的要求。[4] 中共的目的是要「把地球管起來」，而不是讓不同意見紛呈。

第二，從制衡看，由於西方社會強調多元性，即使官方刻意宣傳某一種觀點或者意識形態，必然會有截然相反的觀點和意識形態出現來同官方的抗衡，從而避免極端思想氾濫。例如上世紀 50 年代，美國盛行極端反共的「麥卡錫主義」，卻完全無礙美國共產黨的生存和發展就是一例。但是，中共的宣傳就完全不同，它的宣傳是單一、絕對，而又不容其他意見存在，更遑論挑戰。人民也無選擇不接受其宣傳的自由。

更何況，近七十年的歷史已經見證了中共的宣傳對大陸、台灣、香港等社會造成的破壞。

首先看看中國大陸。中共自 1949 年奪得全國政權後，出於建立「一黨專政」制度以及鞏固共產黨權力的需要，它對中國人民實行嚴格的思想控制，而這種思想控制工作就是中共宣

傳部門的核心工作內容。

這種立足於鞏固共產黨政權的宣傳工作，具有幾個特點：

一，由於中共崇尚「階級鬥爭」、「暴力革命」，這些觀念經過長達七十年的宣傳後，使人們漠視任何道德及法律上的規範。中國青年作家韓寒說過：「我失落在我生存的環境裡，前幾十年教人兇殘和鬥爭，後幾十年使人貪婪和自私，於是我們很多人的骨子裡被埋下了這些種子；我失落在我們的前輩們摧毀了文化，也摧毀了那些傳統的美德，摧毀了人與人之間的信任，摧毀了信仰和共識，卻沒有建立起一個美麗新世界。」[5]這種宣傳造就了今天的中國人既殘暴又貪婪的一個現實的寫照。這種宣傳使中國人民變得庸俗化、鄙夷化。

二，由於中共認為普世價值（自由、民主、法治、人權等）是「一黨專政」的最大障礙，因而視這些人類社會共同發展出來的價值為危害國家安全（實質是危害其執政地位），故千方百計予以封殺。在它的宣傳下，中國人民普遍敵視及主動排拒普世價值，這就使中國社會離開現代文明越來越遠。

三，為了方便控制人民的思想，中共壟斷訊息資源，人民只能夠獲得單一的資訊，這使他們不但自身閉目失聰，而且不願意接受不同意見，更遑論虛心反思反省自己的問題，這使人民愚昧化。孟德斯鳩在《論法的精神》有這樣一句話：「任何專制的國家的教育目的都是在極力降低國民的心智。」這就是中共宣傳「愚民化」的最佳總結。中美貿易戰打響後，內地有個網民（新浪的「慕良博客」張建華）發了一個帖子，在論壇和微信上瘋傳，列舉了十八項「第一次才知道」的事實，包括原來中國的經濟並非如宣傳的那麼好、中國很多技術是來自美

國等等，認為是貿易戰使他獲得啟蒙。[6]這就充分說明，中共的宣傳使人愚昧。

四，為了鞏固政權，增強其執政的合法性，中共不惜大肆宣傳狹隘民族主義和盲目愛國主義，從狹隘和盲目的人群中汲取源源不絕的無形的精神上及心理上的支持。最近正值中美貿易戰之際，中共官媒新華社 11 月 13 日發表一篇報導，題為「民族意識覺醒——義和團反帝愛國運動」，目的就是要調動起狹隘民族主義和盲目愛國主義，來支持中共對抗美國。長久通過宣傳狹隘民族主義和盲目愛國主義來支援中共，必然使部分受影響的中國人潛存一種「暴力」傾向，隨時準備以語言甚或肢體暴力來對待持不同意見的人。2018 年 9 月 30 日，中共央視國際部（CGTN）記者孔琳琳大鬧英國保守黨年會並動手打「漢奸」就是一例。

五，中共為了一己之私，不惜扭曲整個中華民族的敵我觀，造成方向性的錯誤。從近百年的大歷史看，中華民族的敵人是北方的俄羅斯（清朝時期的沙俄及民國時期的蘇聯）而不是美國，這僅僅從兩者有沒有掠奪過中國領土就足以說明之。但由於中共是蘇聯催生並豢養的，所以除了上世紀 60 年代有過短暫時間反蘇外，基本上外交政策都是反美為主（改革開放後雖然強調了對美友好，但骨子裡仍然視美國為假想敵）。這種宣傳影響所及，人民動輒視美國為遏制中國發展的頭號敵人。這種錯誤的敵我觀不利於中國同美國及西方國家發展長遠穩固的關係。

七十年的宣傳，也是中國人受洗腦的七十年。每個中國人在經歷過這個個人沒有選擇、卻又無從迴避的強制性洗腦過程

之後，很多中國人在不知不覺間被塑造成為庸俗的、愚昧的、盲動的、反美、反西方的群體。當然，不是所有中國人都是這樣，但由於中國人口基數大，只要十分之一的人是庸俗、愚昧和盲動，這本身就足以對國際社會構成莫大的威脅。

其次，從香港近二十年的歷史看，香港自從 1997 年回歸以來二十年的歷史經驗，就是中共的「大外宣」政策成功地把一個原本崇尚自由、法治的社會，漸次變成一個半自由，半法治的社會（篇幅關係無法在此展開來談）。香港的經驗，向國際社會提供了一個教科書式的、近乎完美的範例來說明中共如何可以憑藉其「大外宣」力量成功地改造一個社會於無形。

從以上的歷史經驗看，中共的「大外宣」就值得引起國際社會的警惕。

令人不安的是，中共使內地人民庸俗化、愚昧化和盲動化的宣傳工作；現在正通過其「大外宣」策略向國際社會推進。從 2008 年開始，中共憑藉其強大的經濟實力向國際社會強力推銷它的價值觀，就筆者親身接觸到的活動包括：

一，中共的價值觀、是非觀、歷史敘述等；

二，中共的發展模式；

三，為杜絕國際社會對中共的批評，不惜維穩於國門之外及把防火牆築到別人的家門口；

四，在海外（特別是西方國家）尋找中共的代言人，替中共說話；

五，對西方國家進行意識形態及政治上的滲透和改造。

以上僅列舉其犖犖大者。經過整整十年的「大外宣」工作，西方國家終於開始認識到「大外宣」對其國家安全及政治、社

會制度帶來的危害性，從而採取防衛性措施。亡羊補牢未為晚也，如果所有遵行普世價值的國家都能夠團結起來共同應對中共的「大外宣」，則庶幾可以抑制中共如病毒般的意識形態荼毒國際社會。至於如何做？何清漣的《紅色滲透》有詳盡的分析。

筆者認識何清漣女士超過三十年。作為一個記者，她為新聞工作者樹立了一個專業的典範，那就是：對事實負責、對歷史負責、對自己的良知負責。正因為此，筆者看到她在新聞工作中，敢發言、重證據、不輕信。例如，她對中國「潰而不崩」的論述，就比一般「支爆」論展現出一種難得的冷靜。此外，她對新聞有獨特的敏銳，往往能夠洞察事件的因由及預見其結果，因而對形勢的發展能夠有精闢的分析。她是筆者一個十分敬重的行家，蒙她邀約為新書寫序，我欣然答應。

程翔

2019 年春誌於香港大學儀禮堂

前言

「大外宣」是中國推行全球戰略的文化工具

自從中國 2009 年決定投入 450 億元人民幣巨資在全球推廣「大外宣計劃」，藉此與西方媒體「爭奪話語權」以來，[1] 有關中國大外宣的新聞不斷出現。其中比較引人注目的有中國官方通訊社新華社的北美總分社進駐紐約時報廣場，與路透社（Reuters）、《紐約時報》、新聞集團等世界著名新聞機構為鄰，[2] 中國《人民日報》旗下的《人民網》在紐約曼哈頓區帝國大廈三十層租用辦公場所等。[3] 如果說這些消息還只是讓媒體同行吃驚，那麼當中國投入巨資在號稱「世界廣告業的入口處」——時報廣場租下一塊高約 19 米、寬約 12 米的巨型戶外液晶螢幕，在那裡日夜播放北京精心製作的《中國國家形象片》後，[4] 西方社會不得不開始關注這種豪闊投入的目的是什麼。

但西方社會並不知道，中國的所謂「外宣」並不始於現在，中共當年作為在野政治勢力之時，就已經行之有效地開始了「外宣」公關，而為其「外宣」主動效力的就是西方諸多左派記者；西方社會也不瞭解，中共建政後經過七十多年磨礪，其「外宣」早就形成了成熟的整套方略。在西方的中國觀察者

聽到北京將投入 450 億推進「大外宣」計劃之時，遍布全球的華文媒體大多已歸附北京旗下，非洲更是結出「大外宣」的碩果。這種由中國政府投入大量金錢，由中國國家媒體、香港、台灣或其他地區的華人資本出面打造的媒體集團，形成了一種「恩庇侍從」結構，這種結構支配下的媒體，就是中共宣傳機構的延伸，而非自由媒體。此前，中國政府對海外媒體的紅色滲透基本不張揚，之所以會在 2009 年突然高調宣稱，是出於兩個原因：一是 2008 年奧運火炬傳遞過程中在全球範圍內遇到主張西藏獨立的支持者的抗議，讓北京深感「爭奪話語權」的重要。二是中國的GDP總量終於在2009年高達5.11兆美元，超過日本，成為世界第二經濟大國，從此有了底氣，開始在全球範圍內大張旗鼓地推行其大外宣「宏圖偉業」，在美國等西方國家肆無忌憚地進行紅色滲透。

這些醒目的攻勢終於讓美國媒體業感到「中國人來了」。在西方世界堪稱翹楚的美國傳播媒體業對中國的來勢洶洶多少有點無奈，因為近十年以來，傳統媒體業進入嚴冬，不得不開展併購整合，但這種併購整合的失敗率據說「比離婚率還高」。中國正是看準了這一時機，以較低的資產價格大肆收購。亞洲協會美中關係中心（Center on U.S.-China Relations）主任夏偉（Orville Schell）表示：「當我們的媒體王國正像喜馬拉雅的冰川一樣在融化，北京卻正在擴張。他們想盡可能地在世界上任何一個有信譽的新聞業地標搶占一席之地，所以他們要到紐約，要到（時報廣場）這一標誌性的地點，這就是他們計劃的一部分。」[5]

美國在「冷戰」結束後確實曾有一段昏睡時期——典型例

子是 2009 年歐巴馬剛進白宮，美國前國家安全顧問茲比格涅夫．布里辛斯基（Zbigniew Brzezinski）、前美國常務副國務卿勞勃．佐利克（Robert Bruce Zoellick）、世界銀行前首席經濟學家林毅夫、英國歷史學家尼爾．弗格森（Niall Ferguson）等人就向歐巴馬提出，要將構建或 G2（兩國集團）作為中國和美國之間一個非正式特殊關係，以此作為中美關係的中心。[6] 所謂 G2，就是讓中美兩國共同承擔世界領導者的責任。但美國的媒體工作者對中國這些密集的外宣攻勢還是能夠感受到其咄咄逼人之勢。他們當然知道中國政府揮灑金雨形成外宣攻勢，是為了在世界範圍內搶奪話語權，因為中國官方對此有相當直白的表述，「世界上話語權的分配很不平衡，80%的資訊被西方媒體壟斷」，[7] 也知道中國的大外宣是為中國的公共外交服務的，瞭解中國的公共外交主要是文化公關，其目標是五點：「對外宣傳中國的主張，建立良好的國家形象，反駁海外對中國的歪曲報導，改善中國周邊的國際環境，對外國的政策決定施加影響。」[8]

西方媒體當然也觀察到，新華社已經在近幾年迅速擴張，派駐全球各國記者的人數很快將超過 6000 人，其雇員規模將超過美聯社（AP）、法新社（AFP）、路透社等世界老牌的通訊社。[9] 一位頭腦清醒的西方記者看到這些變化，看到昔日的同行一個個為了優渥的薪資待遇而加入中國大外宣隊伍，不無遺憾地總結：「在過去十年（指從 2009 年開始的大外宣），中國推出一種更為精巧、更為主動的策略，日益轉為以國際觀眾為對象。中國正在嘗試以大把大把的金錢來改變全球資訊環境，由撥款購買包含置入性行銷的評論，到贊助宣揚正面資訊

的新聞報導等，不一而足。在中國境內，媒體受到的控制日益嚴密；在海外，北京則尋求利用新聞自由的弱點來推進自己的利益。」[10]

本書將從回溯中國大外宣的歷史入手，分析中國自本世紀初以來形成的外宣媒體本土化（即在地化）策略，以及在此策略推動下的海外「大外宣」布局。本書將幫助人們瞭解到北京在推廣其價值觀上如何不遺餘力。與北京有關的資本，正在全球購入不少媒體，美國一家百年老報《洛杉磯時報》，亦被一家親北京的華人財團收購。[11]

美國《獨立宣言》的主要起草人湯瑪斯・傑弗遜（Thomas Jefferson）在 1787 年寫道：「如果由我來決定我們是要一個沒有報紙的政府還是沒有政府的報紙，我將毫不猶豫地選擇後者。」本書展示的是與美國先賢傑弗遜所言完全相反的景象：中國在全世界（包括美國在內）建立了一個由政府資本控制的大外宣網路——一個由多種語文媒體組成的紅色媒體家族，這個龐大紅色媒體家族存在的目的只有一個：為極權中國的全球戰略服務。

第一章

源遠流長的
中共對外宣傳史

資產階級的民主制和議會制同蘇維埃的或無產階級的民主制之間的差別在於：前者是把重心放在冠冕堂皇地宣布各種自由和權利上，……無產階級的或蘇維埃的民主制則不是把重心放在宣布全體人民的權利和自由上，而是著重於實際保證那些曾受資本壓迫和剝削的勞動群眾能實際參與國家管理，實際使用最好的集會場所、最好的印刷所和最大的紙庫（儲備）來教育那些被資本主義弄得愚昧無知的人們。

——列寧

中國的「大外宣」計劃引起外界關注是在 2009 年。這一年 1 月 13 日香港的《南華早報》率先報導一則消息說，「中國中央政府準備耗資 450 億元人民幣，推動它的主要媒體機構向國際擴張，以改善國家在國際上的形象」。此後，這條消息「出口轉內銷」，2 月 3 日由新華社旗下的《環球時報》以「中國全面啟動國家公關，或耗資 450 億元人民幣」為題報導，並由新華網轉載，此後又在《鳳凰週刊》2009 年第 7 期（總 320 期）上以封面文章出現，[1]「外宣」這一「國家公關」頓時成為熱門話題。

其實，中國的對外宣傳由來已久。在人類的各種社會運動當中，共產主義運動以重視宣傳著稱，中國共產黨當然也不例外。

蘇共創始人列寧最重視宣傳工作，本文開頭的引文證明，主張不計成本、不需要市場，投入巨額資金並利用權力為讀者洗腦，列寧堪稱首創者。但列寧當政的時間太短，只來得及教育蘇維埃政權管轄下的人民，他要「教育那些被資本主義弄得愚昧無知的人們」的理想，在大約半個世紀之後，遵

奉列寧為「革命導師」的中共將其付諸實施了，這就是中國的「大外宣」。

一、中共創辦新聞媒體與外宣的草創時期：從延安到西柏坡

據史料記載，中共還處在蘇聯共產黨與第三國際控制之下，就富有成效地開始了外宣活動，並將這種對外宣傳當作外交活動的一部分。不過那時的「對外」，指的不僅是外國，而是指共產黨統治區域（中共自稱為「解放區」）之外的國民政府統治區域與共產黨之外的各種勢力，這種對外宣傳，還得到了一批美國左派的「制度套利者」如愛德加．史諾（Edgar Snow）等人的積極贊襄。說這批人是「制度套利者」，是指這些人明知共產黨政權剝奪人民的言論自由、出版自由等權利，卻利用自己身處西方社會、由政治制度保障的言論自由這一便利，幫助宣傳紅色極權政治，以此建立聲望並獲得名利。這種利用西方民主制度保證的權利、歌頌另一剝奪人民政治權利的制度之人士，可以被稱為「制度套利者」。

1、延安時期：窯洞通訊社與馬背通訊社[2]

1935 年，毛澤東率領紅軍經歷長征進入延安後不久，就充分瞭解對外宣傳的重要性，在著手建立紅色宣傳體系之時，就兼顧了外宣工作。當時共產黨的對外宣傳有以下幾種方式：

一是通過報刊、廣播等媒體宣傳。1938 年 1 月 11 日正式

在湖北省武漢創刊的《新華日報》，是中共在國民黨統治區（以下簡稱「國統區」）的主要宣傳工具。此外，中共在上海租界借用外商名義創辦或利用進步人士創辦的《每日譯報》、《導報》、《譯報周刊》、《評論周刊》等，在香港創辦和利用進步人士創辦的《華商報》、《華僑通訊》、《國際新聞社》、《香港中國通訊社》等，對中共的路線、方針、政策和所謂「抗戰業績」進行宣傳。[3]1941 年 3 月至 12 月，中國共產黨在延安出版了第一份外文刊物《中國通訊》，1942 年 7 月，晉察冀軍區政治部主辦的《晉察冀畫報》創刊，[4] 刊登共軍攝影人員拍攝的戰時新聞照片，以英文作文字說明。[5] 中共建政以後使用 43 種語言（38 種外語、漢語普通話及漢語 4 種方言）向世界開播的中國國際廣播電台（CRI），就是 1941 年 12 月 3 日創辦的，據稱該電台擁有遍布世界各地的聽眾組織 3600 多個。[6]

二是主動邀請外國記者、軍人、作家、傳教士等，到延安和敵後抗日根據地訪問。1936 年愛德加．史諾所寫的《西行漫記》（*Red Star over China*，亦名《紅星照耀中國》）發表後，在西方走紅。受史諾的影響，許多外國記者和中國研究專家相繼訪問延安，形成外國記者訪問中共控制區域的第一次高潮。他們對中國共產黨的情況介紹，在世界形成了一股「中國共產黨熱」，不僅為世界各國人士瞭解中共打下了基礎，還幫助中共與國際社會建立聯繫。據統計，從 1937 年盧溝橋事變到 1939 年 9 月第二次世界大戰爆發，被中共視為「國際友人」的外國人有 20 批近百人次訪問陝甘寧邊區和敵後抗日根據地。1944 年 6 月，「中外記者西北參觀團」訪問延安，形成對中共領導地區訪問的第二次高潮。

值得一提的是「中外記者西北團」此行的文宣產品（這些產品都被中共視為「外宣產品」）：1944年6月10日，美國《星期六晚報》刊登史諾題為〈6000萬被忘掉的同盟者〉的文章；7月1日，《紐約時報》刊登〈中共領導下的軍隊是強大的〉一文。兩篇文章一致肯定中共軍隊在抗日戰爭中的重大作用，認為這些對於外界大部分人是神秘的共產黨領導下的軍隊，在對日戰爭中是美國有價值的盟友。哈里森・福爾曼（Harrison Forman）在6月23日的《紐約先驅論壇報》上將延安描繪成「邊區人民頑強與決心的偉大象徵」。愛潑斯坦（Israel Epstein）則在6月27日的《基督教科學箴言報》上宣稱，任何盟國的指揮官「都會以指揮這樣頑強、營養充足和剛毅的部隊而感到驕傲」。[7]

這些記者回國後將此行見聞寫成書的共有十餘本，其中最著名的有三本：福爾曼的《北行漫記：紅色中國報導》（*Report from Red China*），史坦（Günther Stein）的《紅色中國的挑戰》（*The Challenge of Red China*），以及愛潑斯坦的《人民之戰》（*The People's War*）。儘管這些書屬於效顰之作，在西方世界引起的反響不如史諾的《西行漫記》，仍為中共贏來了極大的國際活動空間。美國研究遠東問題的專家裴斐（Nathaniel Peffer）曾稱讚福爾曼的書是「迄今為止，有關世界上最引人入勝之處的一個最全面的報導」。[8]

愛德加・史諾的《西行漫記》一直被中共視為延安時期外宣工作的極品。幾乎所有回顧這段時期外宣工作的文章都要提到這部讓世界改變對中共看法的書。[9] 中國政府如果想稱讚某位幫助中共對外宣傳的「外國友人」，最高的褒獎就是將「新

時代的愛德加・史諾」這一稱呼送給這位「外國友人」。比如那位寫《他改變了中國：江澤民傳》（*The Man Who Changed China: The Life and Legacy of Jiang Zemin*）的作者羅伯特・勞倫斯・庫恩（Robert Lawrence Kuhn）就得到了這一稱號。[10] 在中共視為傑出的外宣作品當中，能與史諾《西行漫記》比肩的作品只有通過安娜・路易絲・斯特朗（Anna Louise Strong）傳向世界的毛澤東名言：「一切反動派都是紙老虎」。

這段時期，中共殫精竭慮向美國示好、極力爭取美國的同情支持。其代表作是 1943 年 7 月 4 日的《新華日報》社論〈民主頌——獻給美國的獨立紀念日〉，該文這樣稱頌美國：「自從世界上誕生了這個新的國家之後，民主和科學才在自由的新世界裡種下了根基。」「從年幼的時候起，我們就覺得美國是個特別可親的國家。我們相信，這該不單因為她沒有強占過中國的土地，她也沒對中國發動過侵略性的戰爭；更基本地說，中國人對美國的好感，是發源於從美國國民性中發散出來的民主的風度，博大的心懷。在中國，每個小學生都知道華盛頓的誠實，每個中學生都知道林肯的公正與慈悲，傑弗遜的博大與真誠。這些光輝的名字，在我們國土上已經是一切美德的象徵。讓民主與科學成為結合中美兩大民族的紐帶，光榮將永遠屬於公正、誠實的民族與人民。」這麼一篇《民主頌》，中共當然不願意再提，但前年被一些人發現引用後，中國網友廣泛張貼於部落格中。

當時還是青年學生的李慎之先生（中國社會科學院副院長）曾談到過同時代青年深受中共宣傳之蠱惑，其中特別提到《西行漫記》的巨大影響：「無論如何不能忘掉的還有史諾的

《西行漫記》，此書 1938 年出版後立刻風行全國。一個美國人以客觀的立場讚揚共產黨，使我們那一代的青年無不為之傾倒。我曾把此書介紹給一位比我大四十歲而對共產黨素無認識的老先生看過。他的評語是：『照這書裡寫的看，共產黨人不但個個是天兵天將，而且個個是大聖大賢。』這本書的作用抵得過許多一般性的啟蒙讀物與理論著作。比《西行漫記》早兩年出版的范長江的《中國的西北角》也是一個啟蒙讀物的範例，雖然分量與影響要小得多。」[11] 李慎之先生的文章發表之日，正值中國國內學術界開始研究中共當年取得政權的具體歷史條件及原因之時，中共歷史上的紅色宣傳的巨大影響才被少數知識分子注意到。

2、西柏坡時期：中共新聞及宣傳成型期 [12]

1948 年 5 月，隨著中共中央進駐西柏坡，中共在這裡完成了新聞機構的重組。新華社晉冀魯豫總分社與晉察冀總分社合併，[13] 成立華北總分社；晉冀魯豫邊區《人民日報》與晉察冀邊區《晉察冀日報》合併，出版新的《人民日報》，作為中共中央華北局的機關報。1948 年 6 月 15 日，合併後的《人民日報》在平山縣里莊村正式創刊，毛澤東題寫的報頭使用至今。1948 年 5 月 23 日，中央人民廣播電台的前身——陝北新華廣播電台——遷至平山播送，信號覆蓋南京、上海甚至歐美地區。這一時期，新華社從「馬背通訊社」、「窯洞通訊社」一路走來，政治水準和業務能力等方面迅速提升，成為集報紙、通訊社、廣播電台三重任務於一身、黨中央最信賴的

「新聞發言人」。《工人日報》、《解放軍畫報》、《中國青年》[14]、《人民郵電報》等行業報和專業報刊均於此時期創立。[15]

西柏坡時期還專門培訓了「華北記者團」，先後有 21 人參加受訓，其中有鄧拓、范長江、李莊、安崗、杜導正、張磐石、陳克寒等人，這些人都是中共宣傳戰線的骨幹（鄧拓後來於文革中慘死）。[16]

如果說，延安時期只是中共初嘗「外宣」這顆甜果之味，到了西柏坡時期，中共就很善於打新聞戰了。不過，這時候毛澤東已經帝王寶座在望，加之當年悉心結納的「盟友」美國在中共眼中已經失去了政治價值，所以以美國為主要目標的「外宣」工作這時暫時擱置一邊，主要精力放在籌建國內喉舌班底上了。

二、單向輸出的「外宣」與自以為是的「文革」外宣

中共建政後，外交與宣傳不再像延安時期那樣混為一體；在宣傳方面，對內宣傳與對外宣傳有了明確的區分。從 1949 年開始，直至 1976 年「文革」結束，這一時期的「外宣」工作可以分為兩個階段，1949 年至 1966 年，隨著外交的一邊倒，中國外宣也成了一邊倒的意識形態單向輸出；1966 年至 1976 年，則屬於完全服務於國內政治「文革」外宣時期。必須指出，這一時期中共的外宣帶有極強的毛澤東個人色彩，幾乎可以說是毛個人意志的完整體現。

1、一邊倒的對外意識形態宣傳（1949 至 1966 年）

從 1949 至 1966 年這十七年，按外宣的重心又可分為兩個階段：1950 年代，中國在政治上視蘇聯為「老大哥」，亦步亦趨地向其學習，外宣的特點主要是服務於聯蘇抗美這一政治要求，呈現「一邊倒」傾向，再也不像延安時期那樣向美國示好，而是視美國為敵，高度讚揚蘇聯的一切。在這一時期，毛澤東的一些作品主導了整個「外宣」（當然還有外交）主調。

必須提到的是毛澤東的幾部針對美國的作品。為了向蘇聯示好並主導國內輿論，毛澤東親筆寫作《為什麼要討論白皮書》，回應美國國務卿迪安·艾奇遜（Dean Gooderham Acheson）。[17] 這篇文章的所有論調正好與 1943 年 7 月 4 日那篇由毛親自審定發表的《新華日報》社論〈民主頌：獻給美國的獨立紀念日〉的主旨完全相反。毛用他那恣肆酣暢的文筆，指責美國「自 1840 年幫助英國人進行鴉片戰爭，直到被中國人民轟出中國為止」，其間一百零九年，從來沒有放鬆對中國的侵略。特別是 1946 至 1948 年，美國把對中國的侵略推向高峰，目的是想讓中國人做美國人的奴隸。毛澤東提出，要以艾奇遜為反面教材，滿懷信心地「另起爐灶」，推行新中國獨立自主的外交政策（即向蘇聯一面倒的外交政策）。毛澤東這篇文章奠定了中共政府今後幾十年的對美政策宣傳基調，即使在 1970 年代中美建交之後，中共政府緊握美國政府的雙手時，對民眾的宣傳也視美國為敵，只不過美國成為「中國人民敵人」的原因視政治需要不同而有所變化。

在對蘇聯一邊倒的外交中，毛澤東累積在延安利用國際媒

體的經驗，善於主動出擊。比如，毛在 1949 年 12 月 6 日至 1950 年 3 月 4 日訪問蘇聯期間，由於蘇聯媒體保持沉默，未報導雙方會談消息，引起外界猜測，毛利用蘇聯共產黨機關報《真理報》訪談的機會，就《中蘇友好同盟條約》問題，以及其他中蘇關係問題，把沒有與史達林明說和沒有說透的話，以回答記者問題的形式公示世界。中國方面認為，這是一次成功的「領袖外宣實踐」，為中國的安全、經濟恢復與發展，以及在世界樹立「新中國」的形象發揮了重要作用。[18]

到了 1960 年以後，中蘇關係惡化，中國的外宣就增加了一項任務，即在批判美帝國主義之外，增加了批判蘇聯修正主義的任務。這一時期中共著名的外宣作品就是與「蘇聯修正主義」論戰的《九評蘇共中央的公開信》。[19] 這場論戰起因是兩份報告，一是蘇共領導赫魯雪夫 1956 年 2 月在蘇共二十大上所作的，題為《關於個人崇拜及其後果》的秘密報告，該報告的主題是批評史達林的獨裁統治與肅反擴大化；二是赫魯雪夫於 1957 年 11 月發表的《關於和平過渡的意見提綱》。中共認為，這兩份文件標誌中共與蘇共在國際共運總路線問題上產生嚴重分歧，對所處時代的基本問題的看法不一致，例如戰爭與和平問題、與西方世界的「和平共處」、資本主義制度向社會主義「和平過渡」等問題，加之蘇聯對毛澤東發動的「人民公社運動」和「大躍進」持反對態度，毛澤東又對史達林與蘇共的「老子黨」態度積怨甚久，由此引發了雙方長達十年的論戰。

論戰最終導致了社會主義陣營兩大國——中國與蘇聯的分裂。在當時，《九評》是部頗令中共自豪的作品，讓毛澤東出了一口惡氣，非常滿意。[20] 直到改革開放以後，中國有學者出

來批評，所謂《九評》其實「左得不得了」，有的根本是錯的。[21] 當年主持《九評》寫作的鄧小平對《九評》也有過反思，他指出：「一個黨評論外國兄弟黨的是非，往往根據的是已有的公式或者某些定型的方案，事實證明這是行不通的。各國的情況千差萬別，……各國的事情，一定要尊重各國的黨、各國的人民，由他們自己去尋找道路，去探索，去解決問題，不能由別的黨充當老子黨，去發號施令。這應該成為一條重要的原則。」[22] 鄧小平還說：「多年來，存在一個對馬克思主義、社會主義的理解問題。從 1957 年第一次莫斯科會談，到 60 年代前半期，中蘇兩黨展開了激烈的爭論。我算是那場爭論的當事人之一，扮演了不是無足輕重的角色。經過二十多年的實踐，回過頭來看，雙方都講了許多空話。馬克思去世以後一百多年，究竟發生了什麼變化，在變化的條件下，如何認識和發展馬克思主義，沒有搞清楚。」[23]

至此，可以說，以《九評蘇聯共產黨》為代表的 1960 年代中共外宣，雖然讓毛澤東本人甚為得意，但基本上是一種自說自話的宣傳，不僅未對西方社會產生任何影響，在社會（共產）主義陣營中也屬於孤芳自賞。

2、「文革」時期的外宣工作（1966 至 1977 年）

以今天的眼光來看，「文革」時期的中國對外宣傳頗像一場政治滑稽劇，以至於中共自身也不能坦然面對。按照中國外宣專家、前新華社社長朱穆之語焉不詳的說法，「文革」時期對外宣傳基本取消，僅有的一點外宣工作就是把「文革」的文

件、文章、言論等往外發送。[24] 但根據程映虹的研究，朱穆之的說法並非事實，由於毛澤東一直懷抱「輸出革命」的理想，「文革」的外宣工作就是不計成本地對外宣傳毛澤東的「無產階級專政下繼續革命」的理念。

「文革」初期，中共中央確定了為推動世界革命高潮而全力輸出「文革」意識形態這條總路線之後，甚至取消了外交業務和宣傳工作之間的分工。「文革」前的外宣被斥之為「向帝國主義投降、向修正主義投降、向各國反動派投降」的「三和一滅」路線。[25]1966 年 10 月，中共中央批准，把宣傳毛澤東思想和「文革」作為駐外使領館的主要任務，向海外出口毛澤東語錄是外宣工作的重點。據研究者查閱，與很多「文革」時期的重要文件不同，中共中央這份有關「文革」外宣的「批准」之具體內容至今未見公開。根據新華社統計，從 1966 年 10 月下發兩個「批准」到 1967 年 11 月，共有 25 種外文版毛著計 460 萬冊發行到世界 148 個國家和地區。[26]

中國以貫徹宣傳毛主義和「文革」為主要任務的外宣（外事）工作，從 1966 年 10 月開始，一直延續到 1969 年。其形式五花八門，可以說無所不用其極，除了在外事活動中向外賓和駐在國官員作口頭宣傳外，還由駐外使領館的工作人員、記者、留學生、專家、國際列車員、海員等，在所在國散發毛澤東著作、語錄、像章、「文革」文件、圖片，並在使領館、宿舍區和援建工地等地樹立「文革」標語牌和毛澤東畫像、展出「文革」資料、放映宣傳電影，連外銷商品和援外物資的包裝上都印製了毛澤東語錄和毛畫像。中共在很多鄰國有華僑組織、友好協會和僑校，這些組織也從使領館接受指示，傳播毛

主義和「文革」資料，甚至建立海外「紅衛兵」組織。中共使領館還負責篩選親毛派人士和青年學生，送他們到中國「朝聖」或培訓，這些人回其母國後，或是肩負為「文革」作宣傳的任務，或是被發展成「革命者」。[27]

中國政府不願意回首文革「外宣」，還因為當時的外宣手段極不文明，在他國領土上常採取一些極端方式強加於人，引發不少衝突。

例如，1967 年，中國在緬甸的大使館和新華社分社在華僑中大力宣傳文革，鼓勵華僑學生帶著毛澤東的像章和《毛主席語錄》上學。緬甸政府下令禁止佩戴毛澤東像章和毛的著作，開除有關的華僑學生，關閉華僑學校，並因此發生反華騷亂，華僑學校、新華社和中國大使館都受到衝擊，造成十幾個華僑和一名中國專家死亡。中國在北京組織了 20 多萬人的示威遊行，經毛澤東同意，人們喊出了打倒緬甸軍政府領袖吳尼溫的口號。中緬關係徹底惡化。1967 年，在同中國十分友好的非洲國家坦尚尼亞，中方專家將「文革」帶到中國援建的紡織廠，除了在工地上豎起毛澤東的畫像和語錄牌，放毛澤東的語錄歌和「文革」歌曲，抓「走資派」之外，還組織「毛澤東思想宣傳隊」，在坦尚尼亞工人中宣傳「造反有理」，鼓動他們對坦尚尼亞政府造反。類似的舉動遍及非洲很多國家，這些國家最後不是將中國的外交官驅逐出境，就是採取措施，把兩國關係降溫、降級。最極端的是中國政府出錢出人，直接支持馬來西亞、泰國、緬甸、新加坡、柬埔寨、寮國、菲律賓、印尼、印度、斯里蘭卡、秘魯、哥倫比亞、玻利維亞和墨西哥等國的共產黨以及非洲一些國家的組織從事反政府暴力活動。[28]

由於外國不接受中國這種充滿強加並帶有政治目的的外宣，採用各種方式抵制，「文革」外宣持續了一年左右就只好結束了。此後的外宣工作陷入停滯狀態。中共政治文化的不誠實特點在這一段歷史中的表現是：「文革」時期這種極左的外宣本來由毛默許鼓勵。今天在中共左派那裡，毛又成為制止「文革」極左外宣的英明領導了。[29]

中國「文革」時期在海外這些幾近野蠻且嚴重干涉他國內政的外宣與外事工作，中國人並不知曉。程映虹近年來研究亞非拉地區的共產主義革命，[30] 發掘了不少這方面的資料並撰文敘述。為研究中共諱莫如深的「文革」外宣提供了寶貴的資料。

三、1978 年「改革開放」以來中國的「外宣」工作

1978 年以後，隨著中國國際視野的開闊與經濟實力的壯大，中國的外宣工作逐漸成形並擴張。

1、1978 至 1989 年：中國外宣工作逐步成型

這一時期「外宣」工作逐步成型，除了建立各種專管外宣的機構、新創辦了外宣刊物，最重要的是調整外宣目標與策略。

◎建立了「對外宣傳小組」與新聞發言人制度

1978 年，中國開始改革開放，按中共的說法，既然對外

開放，也就必然要對外宣傳。1980 年中共中央成立「中央對外宣傳小組」（1988 年至 1989 年中央對外宣傳小組曾一度撤銷，這段時期對外宣傳工作劃歸中宣部管理），先後擔任過新華社社長、中宣部副部長、文化部部長的朱穆之出任中央對外宣傳小組組長直至 1992 年底離休。1991 年，這個「中央對外宣傳小組」劃歸國務院領導，就是至今主導對外宣傳的「國務院新聞辦公室」（簡稱為「國新辦」）的前身。在那段時期，對外宣傳機構是「一套人馬、兩塊牌子」，對國內是「中央對外宣傳小組」，對國外是「國務院新聞辦公室」。[31]

這段時期，中國在 26 個省、區、市還成立了對外宣傳小組，並在中央 40 多個部委和群眾團體，即工會、青年團、婦聯等由政府財政撥款供養的機構，官稱是「群眾組織」，先後建立了新聞發言人制度，對外宣傳的組織架構已初步成型。「群眾組織」在 1990 年代中期已「與時俱進」地被歸入「非政府組織」，以便與國外的 NGO 交流。

◎擴充對外宣傳刊物的種類

1980 年以來，除了《北京周報》、《中國建設》、《中國畫報》、《中國婦女》等老牌外宣刊物之外，還創辦了英文《中國日報》、《人民日報》海外版、《望》海外版、《台聲》雜誌、《華聲報》等近 20 種新的對外報刊。新華社的新聞稿 1982 年以前主要靠無線廣播對外傳送，很少為國外報紙等刊用；從 1983 年開始，新華社在國外開闢了 30 多條電傳線路，每天為近 200 家外國報紙、電台、通訊社提供大量的國內、國際新聞。雖然採用者主要是發展中國家（朱穆之稱之為「第三

世界國家」），但中國方面已經覺得是很大成就了。

◎重新定位宣傳對象

文革前以及文革期間的對外宣傳定位，主要侷限於共用馬列主義意識形態的各國左派。從1980年代開始，轉為面向所有外國人以及「台灣同胞、港澳同胞、海外華僑和外籍華人」。80年代中國的外宣確定了兩個重點，一是面向華僑的宣傳，這點在「文革」前一度重視過，當時有僑鄉宣傳刊物60餘家，「文革」中萎縮至10餘家，80年代擴展至130家。二是邊境宣傳——所謂邊境宣傳中的「邊境」，是指與中國接壤的亞洲鄰國，比如越南、緬甸、柬埔寨、寮國、印度、俄羅斯等國這一重點一直延續到現在。在宣傳內容和方式上，逐步擺脫「一左、二窄、三套話」的模式，內容與形式上都變得多樣化，語言也稍顯活潑。

◎開始有計劃地塑造「中國形象」

對所謂「中國形象」有一些具體的原則規定。比如，堅持有特色的中國社會主義道路、堅持實行開放政策、實行民主、加強法制，反對霸權主義等等。[32]

2、1990年代至2015年：從外宣脫困至主動進攻

1989年「六四」天安門事件之後，外宣媒體在1990年代曾一度衰落。這段時期中國的國際處境不利，按照鄧小平的說法是「忍辱負重」，努力發展經濟。從21世紀開始，隨著中

國經濟實力的增強，「外宣」開始成為中國政府的工作重點。2008 年以後中國外宣媒體開始海外大擴張。

◎ 1990 年代中國政府對「外宣」的重新定位

對於這段困難時期，中國方面視為恥辱，很少有文章談及。經多方查找，有幾篇文章談及這段時期的困難，其中一篇是翟東升的《外宣工作脫困》。在這篇文章中，翟東升將中國的外宣工作困境總結為「負起點，逆水行舟，馬力不夠」。「負起點」，是指中國原來在國際上背了一個不利的國際形象，原因是由於冷戰、中國在毛時代曾向鄰國推行過的「世界革命」；「逆水行舟」是指國際社會存在多種「反華反共」勢力在積極活動，這種「反華反共」勢力包括政治流亡人士以及一切發表過批評中國環境汙染、人權、宗教以及新殖民主義（指中國不批評非洲一些專制獨裁國家人權、與其在資源方面合作）的媒體。翟東升認為，在這種「反華反共勢力」占主導地位的情況下，中國的外宣工作有如「逆水行舟」般困難。作者提出的解困方法，比如重視利用外國的 NGO 和商業媒體網路、希望與中國合作的學者及學術交流專案、中國企業在國際市場上日漸上升的優勢，以及駐各國的使領館教育處的對外交流專案（其實就是當時中國政府正在做或者準備做的外宣工作）。[33] 比較務實的外宣官員基於對外交流的經驗，承認由於中國的政治制度與世界上大多數國家尤其是西方國家不一樣，在對外交流中，既有意識形態的巨大差異，也有話語系統的差異，需要在語言上找到契合點，以便有一個共同的交流平台。[34]

上述文章都提到應該加強大外宣的資金投入，說明中共政

府比較迷信「外宣」攻勢的效力與投放的金錢成正比。這些思考與逐漸成長的經濟實力為 2010 年代中國政府的外宣工作打下了基礎。

◎「外宣期刊本土化」戰略的提出

中國外文局副局長兼總編輯黃友義是一位資格很老的外宣專家，自 1980 年代以來一直在美國從事外宣工作，1989 年之後曾親身經歷了中國外宣工作最困難的時期。他在一篇回憶文章裡很清楚地展示了中國外宣戰略重新定位的過程。[35]

據黃友義回憶，1989 年「六四事件」之後，西方國家的公眾對中國產生強烈的抵制情緒，中國對外圖書出版和發行進入 1949 年中共建政以來的第一個嚴冬。從 1950 年代就開始代理發行中文書刊的美國的中國書刊總代理——中國書刊社關閉了在紐約第五大道的門市部。德國專門發行中國圖書的「社發公司」斷絕了與中國的書刊貿易關係，其他西方國家銷售的中國書刊數量也銳減，外文局的對外合作出版項目紛紛擱淺。在這段艱難時期，一位美國出版界的左派人士詹姆斯・派克（James Park）的出現，不僅為中國外宣工作紓解了困境，還使中國外宣工作走上了依靠西方社會的內部人的模式。這一模式經過後來不斷地豐富與改進，終於形成「外宣期刊本土化」這一新戰略。

詹姆斯・派克是美國出版業巨頭蘭登公司（Random House）原高級編輯、對華合作部主任，早年在哈佛大學師從費正清（John King Fairbank）教授，後投身反對美國越戰的群眾運動，以《西行漫記》的作者愛德加・史諾為師，參與美國

知識界推動承認中華人民共和國的活動。後來，他與一些美國出版界名人成立了美中圖書設計社，為中國外文局與美國出版界的溝通架設了橋樑。對詹姆斯・派克的影響力，黃友義心存感激地予以高度評價：「他對美國出版業的瞭解以及對中國的友好態度，成為後來合作成功的必不可缺的條件。」

這項合作帶來的重要成果是中國外文局與耶魯大學出版社共同編輯出版的「中國文化與文明」叢書（這套叢書至今仍然被用作中國外交的「國禮」）。[36] 通過這套叢書的運作，詹姆斯・派克為中國外文局開創了一種合作出版模式，即組織中國與海外知名專家學者共同寫作，利用美國主流管道出版和發行關於中國話題的圖書。這次合作除了讓遭受挫折的中國對外出版出現了轉機之外，更重要的是，讓中國外宣部門認識到，僅靠推銷中國人自已的著作這種思路過時了，於是開始依靠西方社會的內部人士，尋求一種新的合作出版模式，「外宣期刊本土化」策略自此開始，此後被發展為「外宣媒體本土化」，成為新華社、中央電視台（CCTV）及其他外宣媒體共同奉行的新策略。

2008年北京奧運火炬在世界傳遞過程中遭遇到很多抗議，國際社會對西藏民眾的反抗表示廣泛同情，對中國人權狀況予以嚴厲的批評指責。但中國政府從中吸取的教訓並不是改善中國的人權狀況，而是認為，「中國的聲音和文化影響在國際上沒有相應的地位」。這種錯誤的反思造成了荒謬的決策，認為只要花錢建立「國家公關」，將外宣工作提升到「一個系統性、戰略性的層面」，把中國反人道的政治價值觀包裝好後推向國際社會，就可以成功「奪取話語權，改善國家形像」。[37]

按照中國政府的構想，「大外宣」海外擴張的第一步是以擴大中央媒體的海外業務為主，包括建立新媒體、增設辦事處、吸納外語人才等。這方面主要是依託中國已有的對外宣傳體系，包括新華社、中新社、中國國際廣播電台、央視衛星電視、《中國日報》等平面和影音媒體、外文局所屬刊物、《人民日報》、上海文廣集團、南方報業集團的海外市場拓展計劃都是在 2008 年以後開始的。[38]

這些媒體各自承擔的功能如下：日報著重於報導、電台著眼於評論、電視台的重頭戲是表演、雜誌（書籍）則從事解釋。中國官方一直認為，「世界上話語權的分配很不平衡，80%的資訊被西方媒體壟斷」。[39] 從 2008 年美國金融危機發生以來，西方不少老牌媒體如《基督教箴言報》等為了降低成本，相繼停辦實體報紙、雜誌，中國政府認為，這種局勢為中國媒體的大肆擴張提供了新空間，是它們海外擴張的絕好時機，因此才有了投入 450 億元人民幣巨資、打造大外宣計劃的燒錢「豪舉」。中國官方通訊社新華社北美總分社進駐時報廣場，與路透社、《紐約時報》、新聞集團等世界著名新聞機構為鄰，這一舉動成為一個指標性意義的事件，終於讓美國媒體業感受到「中國人來了」。[40]

四、國際社會對中國大外宣開始阻擊

中國大外宣在世界各國都暢行無阻，如果說哪個國家還沒有中國的大外宣，唯一的原因就是那個國家太小，在中國政府全球戰略的沙盤推演中無足輕重，方才成了被中國大外宣「遺

忘的角落」。但中國沒料想到的是，世界各國中率先對中國大外宣說「不」的，竟是澳洲，這是個被中國視為西方國家當中的「弱者」國家。

1、澳洲與加拿大的反中國間諜滲透

2014 年 4 月 21 日，《雪梨晨鋒報》刊登「費爾法克斯媒體集團」（Fairfax Media）亞太區編輯高安西（John Garnaut）的文章，稱中國正在澳洲的主要大學內部建立龐大的秘密線人網絡，迫使澳洲不得不加強其反情報能力。並稱中國情報官員曾向費爾法克斯媒體集團證實，中國正在建構用於監控華人社區的網絡，以保護北京的「核心利益」。[41] 這篇報導發表之後，澳洲關於中國紅色滲透的輿論風潮再也未曾止息過。

澳洲是鐵礦石生產大國，中國對鐵礦石的需求一度非常旺盛，該國因此與中國曾經一度友好。但中國趁此機會向澳洲進行滲透，這種滲透遍及政界、學術界與媒體，引起澳洲上下嚴重的焦慮。2016 年，澳洲總理滕博爾（Malcolm Turnbull）授權發起一項調查。這項調查顯示，中國是對澳洲滲透最為嚴重的國家，中共不僅試圖對澳洲的政治施加影響，還想打開通往澳洲政府各個層面的管道。[42]2017 年 6 月，由於擔心中國的影響，澳洲下令研究重修反間諜和外國政府干涉內政的法律，[43] 這部法律涉及如何界定中國駐外媒體與外宣媒體記者的工作，澳洲親華人士不少都對此感到恐慌。

2016 年 11 月 28 日，雪梨科技大學澳中關係研究所舉行了一場關於在澳洲中文媒體的研討會，對澳洲中文媒體的角

色定位進行討論，會上特別討論了這些媒體是否是中國軟實力的一部分等話題。據澳洲國家廣播電台（SBS）報導，參加討論的成員當中，有四位成員包括研討會的主持人本身，都是當時在澳洲的主流英文媒體以及華文媒體中備受關注的人物，前外長鮑勃·卡爾（Bob Carr）教授領導的澳中關係研究所一直處於輿論的風口浪尖，《雪梨晨鋒報》9 月 8 日的一篇報導就警告，澳洲一些大學不要因為接受來自與中國關係密切的捐款者的金錢，而成為為外國利益的宣傳工具，很明顯地指向該所。[44]

2018 年 8 月 24 日，美國國會下屬的美中經濟與安全審查委員會（USCC）發布題為「中國（共）的海外統戰工作」的報告披露，近 95％的澳洲中文報紙都在一定程度上被中共政府滲透。該報告除了披露中共在海外實施統戰工作的一些附屬組織之外，還提到了中共對海外中文媒體的控制。[45]

中國駐外媒體的記者為何會被列入「間諜」行列？這當然是中國駐外媒體記者的角色比較特殊所致。在媒體外交的發展歷史中，除了政治家和相關外交人員外，駐外記者一直都是其中最活躍的角色，但主要限於溝通作用，一般情況下，很少有政府會賦予媒體記者搜集情報的任務，記者得到重要情報主動與本國政府溝通的情況經常會發生，但那並非政府派定的任務。

中國的情況不一樣，新華社等官媒記者負有搜集情報的任務，這一任務是政府指派的。曾擔任新華社非洲總分社、倫敦分社編輯和記者的馬建國認為，「駐外記者既是資訊的收集者，又是新聞的發布者，甚至可以扮演一個國家或民族代言人

的角色。從這個意義上講，駐外記者似乎在自覺不自覺地從事公共外交活動，記者的觀點有時甚至比官方的觀點更有說服力。」馬建國的重點是想闡述中國駐外記者的公共外交職能，但我更關注這段話無意間揭示的第一功能「資訊的搜集者」——英文 information，含有資訊、情報、耳目等多重語義，日文的「情報」，與資訊其實就是同一個詞彙。

儘管中國政府不承認，但國際社會早就知道中國駐外記者擔任的角色，其中又以 1999 年在中國駐南斯拉夫大使館被炸事件中死亡的三名記者——新華社的邵雲環、《光明日報》的許杏虎和妻子朱穎的案例最為人知。當時美國媒體坦言，邵雲環和許杏虎均是中共情報人員，隸屬於中共安全部。2011 年加拿大發生的郵件風波，對新華社海外角色的質疑一度成為該國媒體熱議話題。

近幾年，加拿大涉及中國記者的「間諜」傳聞時斷時續。2017 年 5 月 1 日，加拿大法語《新聞報》（*La Presse*）報導說，加拿大安全情報局（CSIS）在過去幾年，懷疑新華社和《人民日報》等媒體派駐渥太華的記者從事搜集情報的活動。《新聞報》記者喬爾·丹尼斯·貝拉旺斯（Joel-Denis Bellavance）報導說，該報獲得的未公開消息顯示，加拿大安全情報局對駐渥太華中國記者——尤其是《人民日報》和新華社記者——採取了反間諜措施。一個曾在哈珀（Stephen Joseph Harper，2006 年至 2015 年擔任加拿大總理）政府中任職的官員也證實說，加拿大政府高層知道這些媒體的雇員有收集情報的任務。[46]

據加拿大《環球郵報》報導，2011 年 9 月 8 日，逾 240 位媒體、學術和政治圈人士收到了大量電子郵件。郵件是國會

議員、外交部長國會秘書鮑勃・德克特（Bob Dechert）寫給中共新華社駐多倫多記者施蓉的，信中包括「妳很漂亮」、「我很想念妳」等調情內容。據信，曝光者為施蓉的丈夫，他是通過駭客進入其郵箱的。這一郵件風波，在如此大的範圍內傳播，讓德克特的形象受損是比較次要的問題，人們對新華社記者在新聞報導之外的角色產生嚴重懷疑。《環球郵報》在報導中指出，中共一直積極從事海外情報收集，2010年，加拿大安全情報局局長法登曾警告，中共間諜已滲透到加拿大的政治界當中；而西方國家的反間諜組織一直將中共官媒新華社當作一個情報機構。《赫芬頓郵報》也稱，德克特作為外交部長的國會秘書，能參與、接觸到加拿大政府的機密資訊。誰又能保證沉迷在「情色」中的德克特不會「一不小心」洩露點什麼國家機密呢？[47]

2、美國政府重啟《外國代理人登記法》

2015年11月，路透社發表一篇報導，揭露了遍布美國十多個城市的一個隱秘廣播電台網絡的存在。這些城市包括華盛頓、費城、波士頓、休士頓和舊金山。例如，華盛頓當地一家名為「WCRW」的電台不斷播放親中國立場的內容。據路透社披露，這家電台播出的很多節目內容都已被中國政府控制。在播放有關南中國海地區緊張局勢的內容時，這家電台沒有提及中國政府在南中國海備受爭議的填海造島計劃，而是強調造成這一地區緊張的原因是有「外部勢力」想借島嶼爭議插手區域事務。這家廣播電台位於維吉尼亞州，訊號覆蓋範圍遍及華

府地區，在國會山莊和白宮也能收聽到這家電台的廣播。路透社懷疑這家電台已被中國政府控制。這只是冰山一角，中國不僅在十多個美國城市有這樣的廣播電台，而且正在世界各地建設隱蔽的電台網絡。[48]

這篇報導引起了美國政府關注，美國聯邦通訊委員會和司法部針對加州一家公司幫助中國官方電台廣播一事展開調查，並且發現以下事實：2005 年，一家名為「波多馬克廣播」（Potomac Radio LLC）的公司收購了這家電台，並於 2009 年在勞登郡增建了三座發射站，將發射功率擴大了十倍，達到五萬瓦，廣播訊號也覆蓋到華府地區。然而直到發射站建好之後，勞登郡官員才發現這家電台將廣播時段都租給了中國國際廣播電台和它的子公司 G&E，波多馬克廣播在申請中並沒有提及他們要把廣播時段出租給中國國際廣播公司和 G&E 公司這一計劃。

這家 G&E 公司的老闆蘇彥韜（James Yantao Su）有中國背景，1970 年生於上海，1989 年赴美，隨後成為美國公民，2009 年創辦了 G&E 公司。據路透社報導，蘇彥韜只占有公司少部分股分，中國國廣世紀傳媒公司擁有該公司 60% 股分。而國廣世紀傳媒公司是官辦媒體中國國際廣播公司的全資子公司。這家電台也於 2011 年更名為「WCRW」，據電台董事長艾倫·彭德爾頓（Alan Pendleton）對外公布「WCRW」的意思就是華盛頓中國廣播（China Radio Washington）。公開記錄顯示中國國際廣播公司的這位美籍華人商業夥伴和他的公司還沒有註冊成為合法的外國代理人。[49]

上述這些情況，終於在 2017 年發生了變化。2016 年當選

的美國總統川普奉行美國優先原則，對外國間諜在美國的活動深惡痛絕。2017 年 11 月，美中經濟與安全審查委員會（U.S. China Economic and Security Review Commission）在提交給國會的一份報告中指責，中國在美國運作的官媒有間諜和政治宣傳行為，美國應該要求這些媒體在美員工登記為外國代理人。該報告引述美國政府資助的人權組織「自由之家」（Freedom House）對委員會所做的證詞說：「新華社搜集資訊並為中國領導層提供有關國內外大事的秘密報告，兼有情報機構的某些功能」。因此，該報告指出，新華社和《人民日報》等在美工作人員沒有被包括在《外國代理人登記法》（*Foreign Agents Registration Act*，簡稱 FARA）之內是一項漏洞。

《外國代理人登記法》是美國 1938 年通過的一部法律，當時美國為了限制德國在二戰之前的政治宣傳而立了這部法。該法要求為外國政府、政黨以及他們在美國雇用、負責遊說美國政府的人員，必須向美國司法部登記。自二戰結束後，美國並未對盟國使用這部法律的相關規定。直到 2017 年，俄羅斯衛星通訊社才在美國司法部要求下按照《外國代理人登記法》進行了登記。美國司法部對該通訊社表示，美國這一法律「沒有妨礙言論自由，沒有限制傳播資訊的內容」。司法部國家安全局的代理檢察長達納．邦特（Dana Boente）說：「美國人有權知道，誰在美國以外國代表的名義為了影響政府或民眾進行活動。」

在華府巨大的政治壓力下，2018 年 9 月，美國司法部命令新華社駐美分支機構和中央電視台海外平台中國環球電視網，依據美國的《外國代理人登記法》，註冊為外國代理人。

根據美國這部法律規定，凡登記為「外國代理人」的媒體，必須要披露他們每年的預算和開支，以及所有權構成等資訊，而且這些媒體還必須要在廣播和出版物中包括他們作為外國代理人的「免責聲明」。[50] 與中國大外宣的高調進擊相比，這種阻擊其實比較微弱。

就在美國司法部要求新華社等中國官媒登記為「外國代理人」之後數天，2018 年 9 月 23 日，中國官方媒體《中國日報》英文版就在愛荷華州第一大報紙《狄蒙因紀事報》（*Des Moines Register*）增刊中以「中國觀察」為欄位，刊登四個版面的廣告文章，其中一篇題為〈爭端：總統做蠢事的後果〉（Dispute: Fruit of a president's folly），直指中美貿易摩擦給該州大豆農民帶來的影響是「總統愚蠢行為的後果」，致使該州大豆農民損失慘重，中國也不得不轉向從南美洲進口大豆。[51] 這篇文章被白宮指為「中國干涉美國 2018 年中期選舉」的舉動。

中國政府近年在美國以與大學合作的形式開辦了多所孔子學院，派駐不少官媒分支，開辦了不少華文媒體，但從未按這部法案的要求登記。中國在美國設置各種大外宣機構更是暢通無阻，這部法案的重啟，多少讓中國有所顧忌。

第二章

中國「大外宣」的「本土化戰略」

新華社駐外記者派得太少，沒有自己的消息，有，也太少。應該大發展，儘快做到在世界各地都能派有自己的記者，發出自己的消息，把地球管起來，讓全世界都能聽到我們的聲音。[1]

——毛澤東

要瞭解中國的大外宣，必須瞭解中共自建政之後就竭力推行的對外宣傳工作，因為中國自 2003 年開始推行的「外宣工作本土化」策略並非橫空出世，中國外文局這艘外宣老旗艦早就開創出一套行之有效的外宣模式，成為中國大外宣的經典模式。

中國對外宣傳的受眾主要是各外宣媒體在地國的讀者。要讓外國讀者將中國外宣刊物視為瞭解中國的「窗口、橋樑、朋友」，中國宣傳部門對此絞盡腦汁，著實下了一番苦功夫鑽研，最後還是中國外宣的老旗艦——國家外文局想出高招，率先於 2003 年提出「外宣工作三貼近原則」：「貼近國外受眾的思維習慣、貼近國外受眾對中國資訊的需求、貼近中國發展的實際」，[2] 這「三貼近原則」的實施，對當時已很不景氣的外宣工作確實發揮了起死回生的作用。此後這一策略經過充實加工後，被中國外宣部門概括為「外宣媒體本土化」。

何謂「外宣期刊本土化」？簡言之，就是依靠金錢優勢，在外宣媒體對象國聘用外國記者、編輯，將外宣產品包裝成普通的媒體產品，對受眾實施越來越不易被察覺的滲透。用中國

資深外宣人士外文出版社原副總編輯肖師鈴的話來說，「只有採用符合受眾接受習慣和心理的宣傳手法，才能使宣傳內容為受眾所接受。反之只能是無效宣傳，而『無效的宣傳』不是宣傳」。[3]

一、中共建政後外宣期刊的製作與發行

要瞭解中國對外宣傳的歷史，就必須瞭解中國外宣最老的王牌——國家外文局，這是一個彙集了各種語文的中外專家、承擔特殊政治使命的重要部門，許多國內有名的外國專家都棲身於此。

1、外宣期刊本土化的「旗艦」——國家外文局

在中國的外宣體系中，堪稱「旗艦」等級的機構是中國外文出版發行事業局（簡稱為「中國外文局」）。這裡簡單介紹一下其由來：中國外文局的成立與中共宣布的建政日同時，即1949年10月1日，當時的名稱是「中央人民政府新聞總署國際新聞局」，1952年改為現名。中國外交界的有名人物喬冠華是其首任局長。目前仍然是擁有最大最多外宣資源的官辦機構。每年以20種語言文字出版2000多種圖書、21種印刷版期刊和25種網路版期刊。上述出版物由中國國際圖書貿易總公司向180多個國家和地區發行。[4]由於中國外文局成立時間長，實力雄厚，經驗豐富，被中國眾外宣機構捧為是「外宣領域裡老牌的國家隊」。

外文局作為中共統一負責編譯出版對外宣傳書刊的機構，以編譯出版領袖著作、政府文告、政策文件、基本國情介紹、中國文學作品的外文圖書和期刊為主要任務。自成立以來，中國外文局累計用 43 種語言出版書刊近 13 億冊，發行到世界 180 多個國家和地區，業務範圍涵蓋翻譯、採編、出版、印刷、發行、網路宣傳（「中國網」是其官方網站，www.china.com.cn）、輿情研究等領域。該局自稱已經形成「書、刊、網齊頭並進、外宣理論研究與外宣實踐互相促進、國內國外出版基地互相支援的新局面」，[5] 其出版物占中國出口總量的 50% 以上。[6]

參與外文局工作的先後有中共文化界重量級精英人物茅盾、巴金、蕭乾、劉尊棋、馮亦代、楊承芳、戴望舒、葉君健、丁聰、徐遲、陳依范、楊憲益等。[7] 其出版物是「國家購買方式」，即所有出版物均由政府不計成本出資購買，並發送到中國駐外大使館，由其免費贈閱給當地政要及各界精英。[8]

2、外宣期刊的種類

林林總總的外宣期刊可依據各自的所屬機構，被劃分為三大種類：

（1）中國外文局所屬的外宣期刊

這類刊物包括《北京周報》、《中國畫報》、《今日中國》（原名為《中國建設》）、《人民中國》。這些期刊目前用中、英、法、日、俄、西、阿、韓文等出版 11 個版本。[9] 其中，

英文《北京周報》，《今日中國》阿文版、西文版，日文《人民中國》，俄文《中國》、韓文《中國》等6種外宣期刊實施了本土化運作模式，即在刊物所在國印刷發行。目前該局在美國、德國、英國、日本、埃及、墨西哥、香港等10個國家和地區設有海外分支機構。[10]

（2）中國邊境省區的對外文化交流協會主辦的面向周邊國家的邊境期刊

面向俄羅斯、韓國、越南、緬甸、寮國、泰國、蒙古及中亞五國等周邊國家發行的雜誌計有：《布達拉》（藏語）、《金橋》（韓語）、《大陸橋》（俄語）、《荷花》（越語）、《夥伴》（俄語）、《吉祥》（緬語）、《湄公河》（泰語）、《索倫嘎》（蒙語）、《占芭》（寮語）、《友邦》（哈薩克語）等。[11] 中共政府認為，邊境外宣工作是中國外宣事業的重要組成部分，關係到中國在周邊國家的影響力，因此極為重視。幾乎每年都要輪流在中國的邊境省分如黑龍江、廣西等地召開邊境外宣工作會議。[12]

（3）中國政府一些以NGO面貌出現的部委主辦的外文期刊，如英文的《中國婦女》、《中國體育》等。

3、中國政府聘請外宣「專家」的標準

按中國外宣部門的設想，中國外宣期刊的受眾主要包括三部分人群：一、在外宣期刊發行國的外國人；二、在中國的外

國人；三、在海外的華人華僑。[13] 目前這類外宣刊物當中唯一能夠盈利的是《人民中國》日文版，但其生存模式有非常獨特的原因，不可能為其他同類刊物所仿效。本章在後面將對此分析。

目前中國在外宣媒體在地國聘請外國人做記者，以外國受眾能接受的方式從事宣傳，這一經驗來自中國外文局。早在 1950 年代初，中國外文局就聘請了不少外國專家從事外宣工作。被中共樹為標竿的「國際友人」有愛潑斯坦、戴妮絲（Denise Lee Lebreton）、沙博理（Sidney Shapiro）、魏璐詩（Ruth Weiss）、史克（Bersa Sneck）、96 歲高齡的日籍專家土肥種子、烏拉圭籍專家維森特・羅維塔（Vicente Rovetta）等。從 2003 年以來，外文局成立了「境外特殊人才資格評審委員會」，負責境外特殊人才的資格審定及聘任工作。[14]

由於外文局已經積累六十餘年聘用外國專家的經驗，參考國家外文局選拔「外國專家」的標準，就會明白中國方面是如何挑選外國合作者。據中國外文局常務副局長郭曉勇透露，截至 2009 年中國決定投入巨資打造大外宣計劃之時，國家外文局總共聘請了十幾個國家，7 種語文 40 多名外籍專業工作人員。他們主要承擔全局系統書刊網的翻譯、改稿和文字潤色以及編輯、採訪、撰稿、選題策劃等工作。[15]

先說聘用「外國專家」的目的。據中國外文局國際合作部官員劉東介紹，為了彌補外宣刊物主辦者遠離在地國、遠離讀者的缺陷。外宣刊物選題時，「外國專家當作對象國的代表」，認為這些專家與預想的讀者是「在同一種文化氛圍下長大的」，「有他所代表的人群的特質」，知道「本國人對什麼

話題感興趣，並採用本國人喜歡的方式與語言風格介紹」。在外宣部門眼中，「外國專家」被視為外宣刊物對象國的「第一讀者」，相比中國外宣記者而言，外國專家能夠更好地與母國讀者溝通。

入選者除了有較強的母語寫作能力之外，還要「具備三個條件：一是要對華基本友好，二是願意正確報導中國，三是有新聞寫作的經歷」。被中國政府嚴格甄選並聘用的外宣「專家」享有較高待遇，他們的專業工作就是利用自身的文化優勢，為中國政府從事外宣工作。他們涉足的領域包括圖書、期刊、網路對外傳播，主要是在外宣刊物的選題、採訪、編輯、設計等方面提出建議。[16]

日文版《人民中國》編委會委員橫堀克己也許可被視為中國挑選外宣專家的一個樣板。1979 年，橫堀克己隨《朝日新聞》代表團訪問北京，受到鄧小平接見，此事被他視為人生一大榮耀。1981 年，他成為《朝日新聞》駐北京特派員。1990 年，橫堀克己擔任《朝日新聞》北京支局支局長。在此期間，他採訪了許多中國領導人和中日友好人士，發表了大量有利於中國開放和日中友好的文章和評論，並在新華社發行的《參考消息》上刊登過署名報導和評論。2001 年被《人民中國》聘為日文專家，此後職位日益重要；2002 年聘為編輯顧問，2004 年聘為編委會委員。他為日文版《人民中國》撰寫的〈翻開歷史新篇章：再現毛澤東和田中角榮會談的情景〉、〈中日間有共同的文化基礎〉等文，被認為在日本有很好的宣傳效果。橫堀克己因而於 2003 年獲中國政府頒發「友誼獎」。[17] 該獎 1991 年設立，被稱為中國政府授予來華工作外國專家的國家

級最高獎項。

對這些外宣專家的待遇與工作，中國專門頒有各類《外國專家管理條例》。中國外文局的相關條例中規定：工作滿5年，一般不再續聘。但後來發現，5年過後，正是「專家」瞭解中國情況比較到位的時候，也是中國編輯與外國專家比較熟悉、且有合作經驗的時候，因此對所謂5年服務期限有所放寬，有些專家就長期聘用。[18]

供職於中國外文局的「外宣專家」從事的主要是翻譯文案工作。國家外文局還以俄羅斯、日本為突破口，發展出在外宣刊物在地國聘請當地專家加盟，提高外宣品質的模式。聘請方式有兩種，一種是在刊物對象國就地聘請。入選者多是當地有新聞從業經歷者；另一種是如果有可能，還聘請對象國的政府官員出任外宣雜誌的顧問，參與選題策劃，並約請對當地主流媒體有影響的人物為雜誌撰稿，借他們的口為中國說話。這類經過巧妙包裝的文章有時候被當地主流媒體引用，增強了宣傳效果。

以俄文外宣雜誌為例，中國官方用俄文出版的雜誌有多種：《人民中國》（俄文版，1950年創辦）、《中國》（2005年12月創刊）、《大陸橋》（創刊於2000年5月，由中國新疆維吾爾自治區對外文化交流協會主辦）等。其中《中國》以本土化方式在俄羅斯創刊，該刊以介紹中國經濟、文化、社會生活為重點，讀者定位為對中國感興趣的俄羅斯和其他獨聯體國家的中青年知識階層，理由是該刊認為這個階層有消費能力，是一個處於發展、上升階段，將來可影響國家的主流階層。

《中國》雜誌巧妙地借用了俄羅斯當地的資源，聘請了兩

位有俄羅斯官方身分的著名漢學家作《中國》雜誌的顧問，一位是前俄羅斯駐華大使羅高壽（Igor Alexeevich Rogachov），另一位是俄中友協主席季塔連科（Mikhail Leotheyevich Titarenko）。此外，該雜誌還聘請了兩位俄羅斯記者，他們的寫作語言較中國人鮮活，使雜誌選題更適合俄羅斯讀者口味，「北京印象」生動幽默。這種寫作可以軟化宣傳色彩。[19] 截至 2009 年，中國外文局在這些本土化機構裡共聘有 30 多位當地雇員，讓其參與書刊的選題策劃、設計和發行等工作。[20]

發展到後來，北京意識到通過與俄羅斯媒體開展各種交流活動，讓俄國的本土媒體幫忙宣傳中國，效果可能更好。《人民網》副總編輯羅華曾撰文介紹俄羅斯斯維爾德洛夫斯克州《州報》與中國的《黑龍江經濟報》每周一次定期交換稿件的經驗，特別提到 2014 年中國外交部組織俄羅斯媒體去中國採訪，這家《州報》的記者參加了這次採訪，回來發了一整版的圖文報導。[21] 中俄兩國官方還設立了一個為期 2 年、自 2016 年開始的「俄中媒體交流年」，在人文領域開展的合作項目共計 250 多個。合作期間，共舉辦三次中俄媒體論壇，其中，俄羅斯政府機關報《俄羅斯報》擔綱主辦媒體，配合中國推進「一帶一路」多次製作中國專版，中國政府對其宣傳效果很滿意。[22]

二、中國大外宣「海外布局」

大外宣這種「戰鬥在敵人心臟裡」的宣傳方式，是世界在冷戰之時並未發明的一種輿論戰方式。2009 年，中國的 GDP

總量接近日本，世界預測 2010 年中國將超過日本，成為世界第二大經濟體。中國政府認為「崛起」已成為事實，爭奪話語權時不我待，開始大張旗鼓地推行大外宣戰略。

1、金錢開道，大外宣急劇擴張

中國大外宣的旗艦當然是中國官方通訊社新華社，它的擴張分為四個階段。

1950 年至 1965 年：新華社自 1948 年在社會主義國家捷克斯洛伐克的首都布拉格建立了第一個國外分社以來，就一直向外擴張。這種擴張是由中共領導毛澤東欽定、主管外交的周恩來負責實施的。1955 年 10 月，毛澤東在中共中央政治局會議上強調，新華社要儘快向世界各國派出自己的記者，「把地球管起來，讓全世界都能聽到我們的聲音」。1956 年隨即提出要加速建設世界性通訊社，並建立了大批國外分社。同年月，時任總理兼外交部長的周恩來批准了外交部和新華社共同發出的「關於我國駐外使館同新華社國外分社、記者關係的規定」，到 1965 年底，國外分社已有 51 個，已在 67 個國家派有常駐記者或報導員，自己派出的駐外人員共 225 人，其中記者 85 人。[23]

「文革」期間，新華社的海外擴張暫時停止。1978 年中國改革開放後才恢復，但速度緩慢，2007 年之後進入快速擴張時期。

新華社的海外戰略調整從 2007 年開始，其時新華社的海外記者站已達 120 餘個，而 2009 年，中國政府投入 450 億人

民幣作為大外宣資金，新華社一年當中就在全球增設了 30 個新分社，並計劃擴展至 200 個。[24] 當時海外用戶達 1450 多家，每天用 7 種語言向全球發表上千條快訊。[25]

這種擴張引起外媒的注意，法國《世界外交論衡》（*Le Monde Diplomatique*）於 2011 年 3 月發表一篇文章，對全球各大新聞社當時的運作規模做了比較，指出：法新社在全球擁有 110 個分社，50 名特約記者，英國的路透社擁有由 150 個特約記者組成的通訊網絡，美聯社的在全球 72 個國家設有分社。據美國《新聞週刊》透露，未來新華社派駐全球各國記者的人數將超過 6000 人。[26] 但新華社的海外擴張速度，遠超過西方媒體的預計，截至 2016 年，新華社在境外設有 180 個分支機構。[27]

中國國際廣播電台的擴張與新華社同樣快捷，但其方式更為隱蔽。路透社於 2015 年 11 月在一個專題報導中，披露中國政府通過合作、控股或租賃時段等方式，悄悄地在全球各地建立起廣播網，主要播出親北京的節目內容和新聞。有些節目甚至直接由中國國際廣播電台製作、提供，或由其在美國、澳洲、歐洲控制的媒體公司製作提供。

路透社的調查還發現，目前這一廣播網已至少有 33 個廣播電台，從芬蘭到尼泊爾到澳洲，從美國首都華盛頓郊外、費城到舊金山，遍布四大洲 14 個國家。它們通常忽略對中共的批評，避開任何對北京負面的描述。[28] 但中國官方資料顯示的覆蓋範圍遠比路透社披露的多。中國國際廣播電台台長王庚年公開透露：該台每天使用包括西班牙語、葡萄牙語在內的 65 種語言，面向全世界傳播，覆蓋五大洲 200 多個國家和地區；

擁有廣播、電視、報刊、網路和移動媒體等傳播手段。[29]

美國是中國有聲媒體的重點傳播區域。據美國網路媒體「華盛頓自由燈塔」報導，設於紐約的華人金融投資公司「鴻慧資本」（H&H Capital Partners），2018 年 7 月從墨西哥的「拉丁電台集團」（Grupo Latino de Radio）手裡買下一家 7 萬 7500 瓦的調幅電台，頻道 AM690，台號為 XEWW。

據報導披露，這家電台的實際買主是香港具有中共背景的鳳凰衛視。鳳凰衛視幾年來，處心積慮想打入大洛杉磯地區的廣播市場，但是都因為聯邦通訊委員會（FCC）「外國人擁有電台不得超過 25％」的法規而難以成功。但通過這種曲線購買後，這家廣播電台不受美國聯邦通訊委員會的法規管束。根據 1992 年的美墨條約，該電台可以從墨西哥境內距美墨邊境 10 英里處，向美國廣播，訊號可遠至 300 英里（約 500 公里），覆蓋整個聖地牙哥和大洛杉磯都會區的一百多萬華人。電台在完成收購後，將從西班牙語轉變成中文，在洛杉磯製作節目，然後通過網路把節目傳送到墨西哥的電台發射塔向美國廣播。

美國境內的調幅（AM）電台，最大功率僅為 5 萬瓦，而目前洛杉磯地區最大的華語電台，功率也只有 2 萬瓦。鳳凰衛視所購買的這家電台，超過當下最大的華語電台三倍以上，一旦開播，將成為南加州也可能是全美國最大的華語電台。位於加州「洛城之聲 FM104.7」華語公共電台，向聯邦通訊委員會遞交申訴書，要求阻止這項電台買賣。申訴書說，這家新電台將替中共做宣傳，對南加州的美國華人社區實施洗腦，影響美國華人社區的政治和經濟狀況。[30]

2、重金吸引「洋人雇傭軍團」加盟大外宣

隨著新華社與中國國際廣播電台這兩艘大外宣的航空母艦出海，招聘外籍記者就成了「外宣媒體本土化」戰略的重要一環。新華社雇用美籍員工的現象最早受到美國政府關注，美國「中央情報局開放來源中心」（Open Source Center）於 2009 年發布一份名為〈中國：新華社「外籍」特派記者人數愈發增多趨勢〉的報告顯示，新華社從 2007 年開始雇用西方記者為其海外網站工作，截至 2009 年共有 5 名西方記者受雇於新華社。[31] 該社除開設中、英、法、西、俄等多種文字網路新聞視頻，還加緊籌備移動新聞服務。[32]

馬修・拉斯林（Matthew Rusling）是新華社雇傭的首名美國籍記者，2009 年 5 月進入新華社，其工作駐地是美國的華盛頓。受雇於新華社之前，他在日本與南韓工作過 4 年，曾為《紐約時報》、《今日美國》等美國主流媒體撰稿，並擔任過一份小型美國國防雜誌的助理編輯。[33] 馬修・拉斯林的報導範圍較廣，經常就美國外交政策、醫療改革與經濟復甦等熱點議題寫報導。

在美國，新華社原有駐聯合國、駐華盛頓和駐洛杉磯三個分社，2010 年又建立了芝加哥、舊金山和休士頓三個分社，這些後來合併構成了新華社北美總分社。6 個記者站都雇用了本地記者，新華社加拿大分社也開始在本地招聘記者。新華社華盛頓分社社長葛相文表示，以後還會招募更多本地記者。隨著「外宣本土化」策略的步步推進，新華社的口號變成了「傳播中國，報導世界」。[34]

辦英文媒體更需要以英語為母語的記者。新華社於 2009 年 7 月 1 日開通英文電視新聞，此前中國就推出了幾種面向外國讀者的英文報紙：2008 年 8 月，中新社主辦的《中國新聞周刊》推出該刊的英文版：*News CHINA*。2009 年 2 月末，《中國日報》推出北美版，並在華盛頓設立記者站，並計劃在全球布局，陸續推出德語、法語等多種語文版本。

與此同時，中央電視台除英語頻道之外，還推出阿拉伯語和俄語頻道，建立採編隊伍的方法與新華社相同，均從國際社會招聘。據 CCTV 機關黨委書記張海鴿宣稱：CCTV 的英語頻道早就引進了外國專家，今後在繼續完善駐外記者站布局時，採用人才本土化策略，在記者站所在國家和地區聘用當地人才。[35] 到 2017 年，CCTV 的中、英、法、西、俄、阿和英語紀錄等 7 個國際頻道，已進入 170 多個國家和地區播出。[36]

在全球新聞界，過去十年（2008 年至 2017 年）已被定義為傳統媒體衰落的十年，由於網際網路的興起，社交媒體等新傳媒的出現，以生產嚴肅新聞為主的傳統媒體陷入生存困境，[37] 當西方媒體因為網路資訊與金融危機的衝擊而被迫「瘦身」之時，中國對各種語文編輯記者的需要為一些新聞從業人員提供了看起來不錯的就業機會。中國外宣媒體優渥的薪酬，足以讓西方媒體記者「忘記」他們從小接受的觀念。

「德國之聲」廣播電台一位主管曾說過相同的故事。該台曾有意招聘幾位 BBC 中文部前職員，當時正逢中共數家大喉舌（包括央視、新華社、人民日報及中國國際廣播電台）計劃擴大歐洲業務招聘記者，結果她發現自已開出的條件遠遠不及中國官方媒體，無論是薪水還是其他待遇，都比不上中共將在

歐洲開張的英文媒體。據報導，在歐洲以銀彈挖角的是《人民日報》屬下的《環球時報》歐洲版，中方允諾年薪起點至少5萬歐元（約180萬新台幣），遠高於德國之聲的開價。中國資深媒體人士指稱，中共中央媒體派駐外國記者的薪金待遇，據不同地區水準而定，工資與所在地同業人士收入水準相若，但另有一些駐外津貼，如交通、伙食津貼等。在優渥的薪資吸引下，不斷有西方媒體名人加盟中國官方傳媒。2008年1月，美國廣播公司ABC著名體育記者、後任教美國印第安納大學新聞系的托尼・帕金斯（Tony Perkins），加盟中國央視，成為央視英文頻道主播；2010年1月，英國廣播公司BBC前資深女主播蘇珊・奧斯曼（Susan Osman）加盟中國國際廣播電台，轟動一時。[38]

2009年4月20日，《環球時報》英文版創刊，成為繼《中國日報》之後問世的第二份中國官辦英文報紙。官方為了支持這份報紙，對其並沒有經濟效益的考量，第一年預計運營虧損2000萬元。[39] 在創辦之前的2008年12月，《環球時報》英文版就開始在外國駐華記者中招聘主編、編輯與記者，數量是60名英語新聞記者和編輯、10名外籍專家以及5名行政人員。不少駐京外國媒體的英語記者都曾收到《環球時報》的邀請，籌碼是提供「極具競爭力的工資標準」。一位參加過招聘的外籍記者被告知，「普通記者和編輯年薪都在10萬元以上，資深記者、編輯能得到30萬元人民幣的年薪，並且還提供一套住房」。[40]

對受到資金削減影響而士氣低落的西方記者來說，中國環球電視網（CGTN）提供了極具吸引力的選擇：領取優渥的薪

酬。一位西方資深記者描述了同行競相加入中國外宣媒體的「盛況」：「在位於倫敦西部奇西克地區那設備先進的 CGTN——前身為中國國營廣播機構央視國際，負責招聘的小組在翻閱簡歷的時候面臨一個令人羨慕的難題：太多求職者了，只有 90 個『以中國觀點來報導新聞』的空缺，申請的人數卻幾乎有 6000 之多。光是閱讀申請書這一簡單工作也會需時接近兩個月。」[41]

3、洋人雇傭軍團遵守的「媒體原則」：宣傳高於真相

重金之下出效率，外宣媒體因此顯得非常活躍，最初一段時期，西方記者加盟大外宣媒體受到西方同行的排斥，中國人沒弄清這些外媒來歷，覺得中國政府獲得的國際評價越來越高。

對中國官方斥巨資辦的英文報紙，西方同行毫不懷疑是官方的宣傳品，其原因之一是中國媒體受控於政府因而缺乏公信力，二是針對報導的內容。

2010 年 3 月《環球時報》英文版．北京都市版中的「亞歷山德羅問答」（Ask Alessandro）專欄被認為創造了新的低俗紀錄，「讀起來就像是內容低俗的影片《波拉特》的文字版，但卻沒有其中的喜劇成分。專欄中充斥著仇視外國人的陳詞濫調及性別歧視，滿篇胡言亂語和粗俗的字眼，似乎千方百計地以不到 400 字的篇幅惹怒幾乎每一個人」。[42] 中國官方媒體從業人員自己也很清楚，國際媒體業者在與中國媒體業者接觸的過程中，從來沒有忘記 CCTV-9 與政府的關係，這種政府控

制的媒體並無公信力可言。他們觀察到：「最近幾年，英語頻道在海外影響與日俱增，國際輿論對英語頻道的議論不斷增加。議論有好有壞，非議主要來自西方國家，時段主要在大外宣計劃推行初期。比如 2008 年年底美國一家主流報紙針對 CCTV-9 紐西蘭新聞主播做了一片詳細的長篇報導，文中提到的這位主播在澳洲國家電視台工作了二十年，被美國報紙稱為西方新聞界的叛徒。」[43]

隨著西方媒體困境的加深，越來越多的「洋記者」入職中國大外宣媒體。BBC 記者趙雅珊在她那篇〈記者手記：中國外宣隊伍裡的洋面孔〉裡，詳細記述了她與中國外宣部門的「洋記者」在廣東省地方政府組織的「廣東行」中同車採訪的經歷。這些洋記者就職於中國國家級外宣期刊——中國外文局旗下的《中國網》、《北京周報》、《今日中國》，以及為中國國內大眾熟知的《環球時報》英文版、《中國日報》、《上海日報》等英文媒體。通過數日近身接觸，她發現這些「洋記者」有兩大特點：一是語言能力極強，不少人能通三種甚至四種語言；二是並不諱言加入外宣媒體之前就知曉這類媒體的遊戲規則，對中國新聞的運作思路展現出了極強的適應性。

最令趙雅珊印象深刻的是：這些外宣媒體的「洋記者」從小接受西方國家關於言論和新聞自由的教育，在外宣媒體做記者必然會接受宣傳任務，遇到新聞審查，但他們「能在新聞真相和宣傳工作的博奕中取得平衡」。比如在「廣東行」的採訪中，他們非常配合當地政府的需要，在記者會上問安排好的問題。每到一處採訪點，當地政府需要拍照宣傳時，總會要求一個洋面孔出現，而這些外宣媒體的洋記者也非常配合。[44]

這類供職於中共外宣媒體的記者當中，最為中國人熟悉的是「提問姐」。2012 年 11 月 10 日和 11 日，在中共十八大第二次和第三次記者招待會上，採訪 18 大的外國媒體記者都苦無發問機會。Andrea Yu（余安迪，音譯）自稱是來自澳洲凱歌傳媒的記者，卻獲得 4 次提問機會，這一超乎尋常的「運氣」讓余安迪成了網紅，並獲「提問姐」之稱。當時在現場的澳洲媒體記者，包括擔任北京外國記者協會主席的澳洲廣播公司（ABC）駐北京記者麥迪文（Stephen McDonnell），均不知曉這家媒體的背景及余安迪是何方神聖。

外媒同行發現余安迪提出的問題與中共的宣傳口徑十分吻合，因此對她的身分產生懷疑。後來麥迪文曾找到余安迪，與她聊了一下，發現原來她事前已經與主持有了默契，她的問題事前也獲得批准。

在交談之中，余安迪坦白向麥迪文承認，她這次的角色確實非一個真正的記者所為，她加入該傳媒公司也只有一個月，所有的問題都是中國同事事先寫好的，她無權提出自己的問題。她說：「我代表的是一個中澳合資公司，所以我得提他們想讓我提的問題。」

在各方窮追之下，余安迪及其供職的傳媒背景終於大白於天下：余安迪畢業於澳洲墨爾本大學，酷愛中國文化。2009 年安迪通過中國駐墨爾本總領事館申請獲得中國政府獎學金，於同年 9 月赴西安外國語大學進行了為期十個月的語言學習，在 2011 年墨爾本的漢語橋中文比賽中獲得第一名，前往中國參加決賽。因為她嫁給一位在澳洲長大的 ABC（現泛指海外出生的華人第二、三代），因此有一個中國人的姓

氏「余」。[45] 她所供職的澳洲環球凱歌國際傳媒集團（CAMG Media Group），四年前成立於墨爾本，是中國國際廣播電台下轄的公司。該傳媒公司的官方介紹稱：截至 2013 年已經在全球範圍內擁有專業廣播電台 16 家、多媒體節目製作室 10 家、電視台 1 家、平面媒體 5 家。致力於建構跨文化交流的橋樑，促進各地間文化、藝術、經濟等領域的交流。[46]

4、對貧窮國家記者採取短期「圈養」

近幾年，中國外宣部門還琢磨出一種省錢省力也能取得同樣效果的圈養外媒記者方式。對來自亞洲、非洲窮國的記者採用短期培訓的方式，培訓期間給予優渥的物質待遇，讓這些國家的記者寫出符合北京需要的稿件。據印度傳媒「The Print」報導，為了配合中國國家主席習近平的「一帶一路」宣傳，從 2016 年開始，中國外交部每年都會招待大約 100 個來自亞洲和非洲的媒體記者，完成一個以十個月為期的所謂「獎學金課程」。這些記者都獲得紅毯式的招待，免費住在北京建國門外外交人員的住所，當地一個擁有雙臥房的單位月租就要 22000 元人民幣。記者每個月可以免費到其他省分旅遊，而且還可獲得每月 5000 元人民幣的開銷津貼，計劃結束後同時還可以獲得中國的大學頒發的國際關係學程的證書。

報導指出，印度駐北京大使館明確將上述這類記者與其他獨立註冊在華工作的印度記者劃分界線，前者將不獲准邀請參加印度官式活動或取得官方的背景資訊，參加「獎學金課程」的記者們則可以採訪中國政府官員和部委。

這個計劃配合了中國政府的兩大目標：習近平在 2013 年提出的「一帶一路」計劃，以及習在 2016 年要求「向世界報導中國更好的故事」。自 2016 年以來，參加中國這個計劃的記者來自印度、巴基斯坦、孟加拉和菲律賓以及其他國家和地區。大多數記者所發出的新聞報導，都獲得他們所屬的新聞單位刊登，但沒有坦白說明這些記者都獲得中國優優渥的款待。

報導引述其中一個來自東南亞國家參與計劃的記者說，他們明確被東道主告知，絕對不可以報導任何有關南中國海的紛爭。「我們被告知，如果我們希望完成獎學金計劃，就要報導中國正面的消息。」

一些經濟條件較差的上述地區媒體，往往都樂意配合中國這個計劃。[47]

只能說，金錢誘惑與生存壓力，在很多時候可以讓人忘記原則，哪怕這些原則是人們自幼就在家庭與學校教育中耳濡目染的，區別是西方國家的記者比貧窮國家的記者所要的價碼要高得多。用利益誘惑讓政府與商人之間形成一種政治保護的「恩庇侍從」關係，是中國政府的長項，無論是用於國內、國外資本，還是用於外國媒體及媒體人，幾乎屢試不爽。

三、「外宣媒體本土化」戰略，各國收效不同

「外宣媒體本土化」（在地化）在世界各國的推行，因為各國的文化、政治有差異，與中國的歷史淵源也不相同，因此在各國收穫的成效也不一樣。

1、苦心經營 65 年的《人民中國》日文版[48]

中國外文局在成立 60 周年紀念活動時，宣稱共有 24 種期刊印刷版和 27 種期刊網路版，發行到全球 182 個國家和地區。這些出版物均採用國家購買方式——即所有出版物均由國家出資購買，並發送到中國駐外大使館，由其免費贈閱給當地政要及各界精英。以《北京周報》為例，主要贈送給北美國家國會議員及當地各大圖書館。但有一個例外，就是《人民中國》日文版達到了市場化生存的目標。

《人民中國》日文版最初的境況與其他外宣刊物一樣，1953 年創刊時印量只有 3000 份，在 1990 年代一度衰落。經過 2003 年的改版與重新定位後，改變了原來那種枯燥無味的說教，目前個人以及團體訂戶已經發展至 25000 份，所刊文章常被日本、美國和歐洲的一些報刊轉載或編選成書。訂戶遍及日本 47 個都道府縣，在中國國內也有不少讀者。用他們自己的話來說，是「以數萬份銷售成績創造了外宣期刊走上市場道路的奇蹟」。據相關文章介紹，這是因為換了一位得力的人物接管《人民中國》日文版。

2001 年，曾在日本長期採訪並對日本有一定瞭解的王眾一接管《人民中國》日文版雜誌。王眾一根據自己對日本的瞭解，並利用自己及中國政府在日本多年的關係，對雜誌從編輯方針、作者及發行等三方面都做了較大的改進。一是提出以「年齡中年、中產階層、政治中間」為讀者定位的新編輯方針。所謂「年齡中年」指不以絕對的年齡來劃分讀者，因為不斷有呈現老齡化的讀者加入。「中產階層」指的是有錢有閒的社會

階層。「政治中間」指該雜誌要發揮在日本積累多年的統戰優勢，爭取中間偏右的人士。

二是改變雜誌風格及內容。該雜誌在版型設計上借鑑了網路雜誌《日本風情》（にっぽにあ，Nipponia）的風格，約請日本知名學者及各界人士、旅日華人為雜誌撰搞，將刊物的政治要求同辦刊技巧密切結合在一起，使雜誌文章貼近日本讀者需要及閱讀習慣。該雜誌現在刊發的稿件有30%出自上述作者之手。包括日本貿易振興會前北京事務所長江原規由、前日本駐華大使夫人阿南史代都在為《人民中國》撰文。

三是利用對華友好的日本人士擴大發行管道。曾接受周恩來邀請訪華的神宮寺敬夫婦，60年代曾為《人民中國》日文版發展了大批日本讀者。這種關係被利用來繼續擴大讀者群。青森縣的日中友好協會在當地工商界影響很大，該會常務理事藤卷啟森在當地發起了《人民中國》讀書會，為《人民中國》招攬了一些新讀者。

但《人民中國》日文版的成功有許多獨特條件，是其他外宣刊物無法複製與模仿的。該刊聘任的日籍編委橫堀克己，利用自己曾在日本媒體的工作經驗，幫助該刊策劃和撰寫的文章多被日本主流媒體轉載，同時使《人民中國》在日本主流社會的影響逐漸擴大。日本前首相小泉純一郎和55名日本國會議員現已成為該刊讀者。中國官方承認，這份雜誌的成功，「橫堀克己先生發揮了非常重要的作用」。[49]

直到現在，這份雜誌一直是中日雙方民間人士都認可的外宣雜誌。2013年，該雜誌用中日雙語發行過《共同走過六十年——《人民中國》日文版創刊60周年紀念文集》，[50]為了

維持讀者群對這本雜誌的興趣，在《中日和平友好條約》締結40周年的2018年，還舉辦了各種活動。例如「2018年《人民中國》盃日語國際翻譯（筆譯）大賽」，設立多種獎項，日本駐華大使館和廣州日本總領館均給予支援。對於日本在華的重要經濟合作夥伴，比如近年吸引日立、東芝等世界500強企業在內的多家日資前去投資的安徽省，該雜誌社則專門組織專題採訪。[51]

利用日本讀者當中的中日友好人士，與他們保持良好互動，是《人民中國》日文版成功的訣竅，這種成功模式，中國外宣業內人士也知道難以複製。

2、創立「中拉媒體新聞共用」的新聞導向模式

這種方式可以歸納為「扶植協力廠商代言人」，讓他們用「把新聞學和某種創意寫作相結合」來構想中國故事。自冷戰結束以來，華盛頓基本上一直把拉丁美洲視為「美國的後院」，但從80年代以來，拉美國家形成了一個左派共生圈，美國的這種地位受到巴西、阿根廷、委內瑞拉、厄瓜多、烏拉圭和玻利維亞等國的左派總統們的挑戰。而中國則瞄準這一時機，開始進入拉丁美洲，持續向拉美投資，並大力拓展經貿關係。中國商務部資料顯示，2017年中拉貿易額近2600億美元，中國是拉美第二大貨物交易夥伴和第三大出口市場。[52]中國對拉美直接投資超過2000億美元，[53]拉美地區還被納入中國「一帶一路」範圍，將其稱為海上絲綢之路的「自然延伸」以及「一帶一路」建設「不可或缺的參與方」。截至2018年6月，與

中國簽署雙邊協議的約 70 個國家中有 4 個位於拉美和加勒比海地區。

按照《紐約時報》的說法，「中國一直審慎地在拉丁美洲實施自己的一項影響深遠的計劃。中國極大地擴大了與拉美的貿易，幫助各國政府度過難關，建設了龐大的基礎設施專案，加強了軍事聯繫，買下了大量的資源，將該地區好幾個國家的命運與中國自身的命運拴在了一起」。[54]

為了配合中國雄心勃勃的經濟擴張計劃，中國在拉美的大外宣也緊緊跟進，改變以往那種自說自話的外宣模式，採取了更有成效的方式。

很多人不知道，2004 年以前，中國在不少國家的外宣刊物採取在中國印刷成冊後再運到在地國這種極為落後的方式。因此，北京推進「外宣媒體本土化」策略初始，是先行推出「外宣期刊印刷發行的本土化」，直接在對象國印刷出版。從 2004 年開始，中國外宣的旗艦——中國外文局率先實施「外宣期刊本土化」策略。當年 10 月，《今日中國》雜誌社中東分社和拉美分社在開羅和墨西哥城成立，該雜誌的阿拉伯文版和西班牙文版分別在當地出版發行。稍後幾年，《今日中國》在拉丁美洲就出版秘魯版、巴西葡萄牙文版。西班牙文版則形成「北墨西哥南秘魯」的格局，巴西葡萄牙文版據稱填補了中國沒有葡文外宣刊物的空白。[55]2005 年 6 月，《北京周報》英文版的本土化網站在北美開始運營。[56] 但這種方式還是無法進入拉美國家的本土受眾當中，跟不上中國在拉美擴張的需要。

自習近平接任中國元首以後，拉美成為中國推行「一帶一路」計劃的重鎮，對拉美地區的大外宣重點，是推進影視媒體

落地，並在阿根廷、巴西、墨西哥擁有駐外記者站，在巴西建成了拉美地區總站。

出於知己知彼的需要，中國官方支援的海外《政見》雜誌曾刊發一篇專文，幫助中國瞭解拉美國家媒體中的「中國形象」。這篇文章介紹了邁阿密大學拉丁美洲研究中心主任安迪業（Ariel C. Armony）博士在《中國季刊》的拉丁美洲特輯中發表的文章。

該文通過研究哥倫比亞的兩份主要媒體，作者以右傾的《時代報》和左傾的《觀察家報》為主要研究對象，這兩份報紙總部位於哥倫比亞首都和最大城市波哥大。研究表明，哥倫比亞兩大報紙對於中國的報導呈現出樂觀主義和除魅化的兩極分化：一方面認為「哥倫比亞在三年內將成為中國通往拉丁美洲的門戶」，一方面又指責中國在哥倫比亞的貨物充斥著山寨品和假貨；一方面垂涎於中國廣大的市場（13 億消費者，每人每天吃一隻雞翅的話），一方面憂心於難以控制的走私品將毀掉本國的經濟結構（「2000 萬雙鞋通過走私進入，每雙僅賣 20 美分」）；一方面驚歎中國取得的經濟奇蹟，另一方面也不忘提醒讀者中國模式可能造成的負面影響。簡要概括就是：既是帶來蓬勃機遇的貿易合作夥伴，又是國際視野中充滿爭議的角色。

此外，保守主義的《時代報》將中國的市場經濟模式，解讀為社會主義的失敗，左翼的《觀察家報》則強調中國經濟發展中的國家主導。整體而言，兩份報紙對中國的負面評論仍然多於正面描述：報導中持明確批判立場的占 39%，正面描述則占 27%。[57] 直到 2015 年 1 月「中國—拉丁美洲加勒比共同

體論壇」首屆部長會議召開，會議發表了《北京宣言》，BBC記者參加了該次會議，發現拉美媒體對這次會議很冷淡，「從媒體報導來說，中拉論壇事實上基本上是中方的獨角戲。至於拉丁美洲媒體，除了與中國貸款數目相關的外電之外，幾乎沒有什麼報導，而有關國家官方也只有與會元首在北京發表的聲明和所提及的專案而已」，「巴拿馬媒體甚至對該國外交部次長的聲明也僅以數句簡訊帶過，著實令人難以置信」。[58]

經過這些挫折之後，中國方面發現，與自辦外宣媒體比較，不如借用拉美本土媒體的力量。官方傳媒學者在研究後發現，拉美媒體一直在政府和社會組織進行社會管理的過程中發揮著資訊傳遞、教育、輿論監督、引導輿論等重要功能，尤其是新媒體的出現為拉美社會發展提供了新的平台和便捷方式，已逐漸融入一般的媒體節目中。中國與墨西哥媒體合作時嘗試採用新媒體，拉抬了受眾數量。這位官方傳媒學者建議，今後中國與拉美各國媒體尤其是三個最重要的國家——阿根廷、墨西哥和巴西，應該採取媒體區域化合作方式：第一，以媒體合作為契機，加強中拉媒體之間的融合，相互借取傳播優勢、共用重大新聞資源；第二，培養融合新聞人才。過去已經實行的媒體新聞人才共用，應該成為中拉媒體合作發展的一個重要內容，中拉報紙與廣播電視媒體互換新聞工作者，學習彼此不同媒體的操作技能；第三，組建合作媒介集團，建構中拉媒體聯盟。在這一基礎上形成的跨國聯合播報及製作節目的合作模式，將大大提高輿論引導能力、加強媒體傳播能力。[59]

中國國內宣傳越來越意識形態化，但在拉美地區的大外宣中，中國政府還是比較注意宣傳的軟化，一是通過新興社交媒

體與粉絲互動，聯絡感情，國際台通過移動端發布貼文、圖片和音、視頻，國際台西語和葡語新興社交媒體帳號的 200 多萬粉絲，發布各種中國的正面消息，並以阿根廷、巴西和墨西哥的駐外記者站為基礎，在巴西建成了拉美地區總站，與這三個拉美國家的十餘家媒體展開了廣泛的交流合作，推動《你好，中國》電視片、紀錄片《體驗中國》以及多語文中國影視劇在拉美地區落地播出。《國際線上》西班牙文、葡萄牙文網站還與拉美主流媒體網站的互換連結。

中國政府的大外宣部門還特別注意與拉美主要國家的主流媒體建立「友好合作關係」，用之於海外華文媒體的方法也施之於拉美媒體。一是選定一批影響力大的拉美大國主流媒體作為重點公關對象，讓它們在關鍵時刻發揮作用。《巴西聖保羅報》、阿根廷美洲通訊社、《墨西哥日報》、智利《美洲經濟》雜誌等一大批拉美主流媒體是其重點公關對象。2016 年 9 月，中國舉辦 G20 杭州峰會，這些媒體非常賣力地在本國就此做了深入報導，並與新華社、《中國日報》、中央電視台等中國媒體深度合作，大量採用這些媒體提供的稿件、圖片，同時接受這些媒體為其製作的專版專題。[60] 二是組織拉美媒體代表到中國免費旅遊考察。2017 年 7 月 3 日至 8 日，中國—拉丁美洲和加勒比新聞交流中心媒體代表團訪問四川，該團由來自阿根廷、巴西、墨西哥等 8 個拉美國家的 10 名記者組成，考察結束後，當然回饋以各種讚歌式的報導。[61]

中國政府現在正準備將這種「中外新聞媒體共用」模式推廣至全球第一大國美國。據法國國際廣播電台 2018 年 12 月 26 日報導，美聯社執行長普魯特（Gary Pruitt）於 11 月底前

往北京會晤中國新華社社長蔡明照，雙方同意兩家機構在新媒體、人工智慧運用與經濟訊息等領域合作。[62] 美聯社是世界首屈一指的最大通訊社，如果美國國會未能阻止這項合作，這將成為西方媒體對中國大外宣所做的最高加持。

四、「感情投資」最大的非洲卻遭遇新殖民主義的批評

在中國外宣投入上，由於歷史原因，非洲國家是中國官方外宣投入資金、人力最多之地。從策略上分析，中國在非洲的外宣經歷了一個從援外宣傳轉向並提升為援外公關的過程。

1、中國「紅色文化」的非洲追隨者多為獨裁者

中國紅色文化在非洲曾有過一段讓中國外宣部門至今仍津津樂道的光輝傳播歷史。

據方厚樞的統計，在中國之外，全世界共有 54 個國家與地區翻譯出版了毛澤東著作；有 39 個國家與地區在報刊上發表毛澤東著作和《毛澤東詩詞》；有 20 個國家以 20 種文字翻譯出版《毛澤東語錄》；共有 35 種版本。其中受中國紅色文化影響最大的地區當屬非洲、中東和拉丁美洲。[63] 中國至今還津津樂道的往事，就是 1960 年代至 1970 年代毛澤東著作曾成為非洲大陸的超級暢銷書這一段外宣歷史。其中衣索比亞、貝南、馬達加斯加、迦納等幾個國家曾由政府領導人發出號召，向中國人民學習，學習中國取得革命勝利的經驗。因此，毛澤

東著作在這些國家大受歡迎，毛澤東著作單行本《實踐論》、《矛盾論》在一些國家幾乎人手一冊。[64] 馬達加斯加把毛澤東的哲學著作作為中學生閱讀輔助教材，學校成批購買。「衣索比亞圖書文具店」長期以來是中國國際圖書進出口公司的代理商，合作關係一直保持到 1978 年中國改革開放之後。1986 至 1987 兩年間，當地仍然訂購《鄧小平文選》、《周恩來傳略》、《瞭解中國》等圖書 54 萬多冊。[65]

中國至今不能忘懷的是毛澤東著作對亞非拉地區的「革命領袖」們所產生的思想影響。這些所謂「革命領袖」當中，不少人是國際社會「暴政俱樂部」的成員。比如在非洲地區，辛巴威的總統穆加比就是毛澤東的忠實崇拜者，他的名言是「沒有中國就沒有辛巴威」。多年以來，《毛澤東選集》就是穆加比隨身攜帶的愛物。在穆加比的宣導下，在 1980 年代末期，辛巴威執政黨黨員人手一本《毛澤東語錄》。毛澤東的另一個好學生就是利比亞獨裁者格達費。格達費當年不僅學習毛澤東「敢把皇帝拉下馬」的勇氣搞政變，還終生銘記毛澤東「槍桿子裡出政權」的教導，對本國人民實行暴力統治。[66]

這些受毛澤東思想影響的革命領袖，最後都成了國際社會臭名昭著的獨裁者，對這點北京則避而不談。一些研究者反而在國內欺騙民眾：「當時的一些青年學生已經成長為非洲、拉丁美洲和中東地區的中流砥柱，毛澤東著作在這些地區的巨大影響，都是『紅色世紀』留給今天中國的一筆巨大文化遺產」。[67]

綜上所述，這一時期紅色文化在非洲的推進，與當時的國際形勢有關。當時非洲、拉美等地區正在興起民族解放運動，

以毛澤東著作為主體的中國紅色文化得以推進，是因為這些書籍迎合了當時非洲與拉美的左派政治之需要，大量的左派書店、政黨出版社等成為推銷中國紅色文化的管道。這些管道在90 年代以後，仍然是中國外宣產品推銷的主要管道。

2、1990 年代以後中國在非洲的文化與經濟輸入

1970 年代中美建交與中國的改革開放，都使中國失去了一批非洲與拉美的左派盟友。但到中國經濟實力增強並重拾當年對發展中國家的外援政策之後，中國又得以重返非洲。與1978 年之前借助意識形態的同質性做助力的政治推動不同，1978 年之後推動中國文化輸出的助力是資本的力量（或曰「市場」推動力）。概而言之，從外宣這方面來看，今天的中國是借助於改革開放積聚起來的國家實力，在資本信貸、產品賒銷等方面採取扶植政策，在非洲、拉美建立起一個中國書刊銷售發行網路。與此同時，北京不計成本地向全世界推廣中共的意識形態，在非洲還鋪開了各種文化傳播管道。

這些新開闢的文化傳播管道有：

◎在非洲廣設廣播電台與電視台

中國國際廣播電台計劃在全球設立一百多家分台，2006 年 2 月首先在肯亞首都奈洛比開通了調頻廣播，用中文、英文和斯瓦西里語 3 種語言播送。這是中國國際廣播電台在國外設立的首家分台。2010 年 8 月，該台分別在塞內加爾首都達卡和尼日首都尼阿美設立分台，計劃用中文、法語和當地語言播

放。2011 年 4 月 27 日，據稱已經覆蓋全球華人聚居的主要國家和地區的上海東方衛視與非洲投資聯盟，也在在北京簽署了協助非洲落地合作備忘錄《東方衛視落地非洲合作意向書》。根據合作意向書，東方衛視年內將在非洲投資聯盟協助下實現在非洲大陸落地播出。[68]

◎在非洲國家廣設新華社分社

近十多年來，新華社同非洲的埃及、突尼西亞、摩洛哥、阿爾及利亞、敘利亞、剛果、加彭、多哥等數十個國家都簽署了合作協定。在非洲，新華社已經成為一些國家主要的消息來源，就連被認為是西非法語地區最富權威的塞內加爾新聞社也將新華社列入其合作夥伴行列。新華社每天用七種語言向全球發表上千條快訊，從 2010 年 7 月開始開播英語電視台（CNC WORLD），通過衛星和電纜網路向全世界 24 小時滾動播送英語新聞節目，旨在同美國有線電視新聞網 CNN 和英國廣播公司 BBC 競爭。

◎繼續發行書刊

「文革」時期在非洲興辦的外宣雜誌有一些曾被解散，後又復辦。比如《中國與非洲》。這一雜誌在 1999 年曾被解散，有關非洲的外宣任務由《北京周報》承擔，在該周報的網站上增加了英文和法文的《中國與非洲》網頁。2006 年，隨著中國在非洲的能源投資增長，《中國與非洲》又恢復出版。《中國與非洲》走上層路線，共有英文、法文兩種，其重頭欄目有兩個：「大人物」訪談、「論壇」。「大人物」訪談先後採訪

了近20位非洲國家元首和政府首腦、多位外長和數十位大使。「論壇」的稿件主要由中國政府部門中的「涉非」部門官員撰寫。[69]由於在非洲的宣傳過於順利，《中國與非洲》雜誌甚至精心策劃了一個「中國ABC」欄目，該欄目顯示了中國在非洲宣傳的特殊性與針對性，專門介紹中共的情況，甚至涉及到黨員的入黨條件、中國共產黨大事記等內容。[70]

◎為非洲各國政府的新聞官員舉辦研修班

由中國國務院新聞辦公室和商務部出面，定期為非洲各國政府官員舉辦新聞研修班，參加各屆研究班的人數約在30至40人之間，並美其名曰為搭建「媒體橋」。據中宣部副部長、國新辦主任王晨的說法，舉辦研修班的目的是促進中非之間的新聞合作，打破西方媒體對資訊資源的壟斷，「在國際輿論中維護發展中國家的共同利益」。[71]這樣的研修班到2018年為止，共舉辦了十七屆。[72]這個「中非新聞交流中心」計劃，每年為非洲培訓1000名新聞領域從業人員。[73]2018年還多出一些花樣，比如2018年6至7月間，舉辦了所謂「非洲國家重點媒體國際部負責人研修班」，為期20天，由來自衣索比亞、甘比亞、迦納、肯亞、賴索托、莫三比克、南蘇丹、奈及利亞、烏干達等9個非洲國家的28名學員組成，均就職於所在國政府新聞部門及重要媒體機構。[74]

這一時期中國的文化輸出有幾個特點：

第一，這個網路的主幹，就是1960年代至1970年代為中國輸出紅色文化服務的非洲國營圖書公司。如埃及的「金字塔報發行公司」、阿爾及利亞的「報刊圖書發行公司」、摩洛哥

的「謝里夫報刊發行公司」、突尼西亞的「突尼西亞報刊發行公司」，坦尚尼亞的「每日新聞發行公司」、奈及利亞的「貝倫大學書店」、迦納的「迦納大學書店」、塞內加爾的「塞內加爾報刊發行公司」、莫三比克的「莫三比克圖書唱片公司」、喀麥隆的「喀麥隆報刊發行公司」、馬達加斯加的「馬達加斯加報刊發行公司」等大型國營公司成為中國圖書的經銷商。一些主要發行書店，從 1978 年改革開放至今，仍在發揮作用，如埃及的「瓦依世界書店」、馬達加斯加的「東方書店」和「綜合書店」、模里西斯的「學生書店」、衣索比亞的「圖書文具店」、迦納的「萊西翁公司」、奈及利亞的「柯達書店」、烏干達的「米梯亞納書業中心」、坦尚尼亞的「友誼書店」和「卡塞書店」等。這些書店的經理、負責人都多次訪問中國，被北京視為「中國人民的忠實朋友」。

第二，現階段中國文化輸出的覆蓋區域，既與中國在非洲的海外投資、勞務以及工程承包等活動的覆蓋區域相同，也大體未脫離當年深受以毛澤東著作為主的中國紅色文化影響的區域。前面所列中國書刊在非洲發行網的名單上有 68 個國家，其中將近一半國家也是中國工程承包、勞務以及海外投資最多的地區。[75]

第三，對媒體工作人員的利益輸送。中國官方媒體招聘其在海外的記者的標準並非記者的專業水準，而是他們對中國政府的忠誠度，因為他們既是中國當局在海外的代言人，同時又是政府的情報工作人員。[76]

非洲國家為什麼願意接受中國方式的宣傳？這與非洲國家本來的媒體運作方式很有關係。非洲媒體的傳統運作方式無疑

給中國官方媒體的滲透提供可乘之機。首先，非洲國家的政府與中國政府對「新聞」的理解很接近，喜歡報喜不報憂。以中國中央媒體駐非洲總站的落腳之地肯亞為例，該國政府的新聞理念很接近中國政府，總希望在管制國內媒體的同時，還能夠主導世界輿論。肯亞國家新聞局局長兼肯亞通訊社社長喬治·奧皮曾對新華社記者說：「西方媒體對非洲的報導往往過多地關注甚至誇大陰暗面，希望中國媒體進一步加強對非洲的客觀全面報導，讓世界瞭解非洲國家的發展與進步，幫助非洲國家擺脫西方媒體大量不公正報導所造成的負面影響。」[77]

其次，非洲媒體本來就有與政界和企業界之間的所謂「雙贏合作」傳統，真正的獨立媒體在非洲屈指可數。政府和企業如果要召開記者會或者要求媒體做報導，必須向記者發送紅包。中國人本來就精於賄賂「公關」，非洲媒體這種運作方式給中國滲透提供了可乘之機。2009 年 10 月，中國駐塞內加爾使館向位於該國首都的非洲第一家私營新聞社非洲新聞社贈送了包含錄影機在內、價值相當於 9000 歐元的物品。中國駐非洲機構還經常邀請非洲政府官員以及媒體記者參加討論會，其目的除了要加強相互之間的交流之外，也在於儘量使各方對中國企業在非洲的違法行為不聞不問。正因如此，塞內加爾和尼日等國媒體 2010 年 10 月都發起運動，要求由各大媒體總裁負責記者的專業費用，以杜絕記者收受紅包的現象。[78]

3、中國在非洲的外宣效果受到質疑

儘管中國用盡各種方法籠絡非洲媒體，但中國在非洲的大

外宣效果卻遠低於其期望值。

法國《世界外交論衡》曾發表〈一個中國版的 CNN〉的報導，介紹新華社、《人民日報》等北京的媒體在非洲的擴張。文章提到，今後在非洲，有關歐洲聯盟的消息來源將是中國官方新華社在布魯塞爾的記者。同樣，由於新華社同非洲各國簽署了雙邊合作協定，導致非洲多個國家例如喀麥隆、剛果以及塞內加爾等國往往是通過新華社的電稿來瞭解他們鄰國所發生的事情。這就使中國政府的觀點滲透到非洲各國政界，使非洲人民能夠充分瞭解中國在聯合國安理會的立場及中國的「不干涉他國內政」（即無視他國暴政及惡劣的人權狀態）的原則，為中國推動「南南合作」的政策而歡呼。[79] 所謂「南南合作」，是指發展中國家間的經濟技術合作。由於大部分發展中國家分佈在南半球或北半球的南部，因而發展中國家間的經濟技術合作被稱為「南南合作」。

可以說，中國的外宣工作早就形成了一條產業鏈，非洲的外宣工作是其中重要一環。中共花費如此大的財力與人力向非洲推行意識形態宣傳，其效果到底如何呢？中國政府當然認為效果不錯，經常援引非洲朋友的話證明這種外宣效果不錯，比如借用肯亞一些政府官員的嘴說出中共想說的話。例如肯亞國家新聞局局長兼肯亞通訊社社長喬治·奧皮就曾渲染西方媒體的不公正與中國媒體的公正；肯亞政府發言人穆圖阿（Alfred Mutua）也持同樣看法，並認為西方媒體對非洲「大量不負責任的炒作，使世人無法全面地瞭解非洲。這不僅損害了非洲的形象，而且影響到了非洲國家的旅遊業、進出口貿易、吸引外資等，從而阻礙了非洲國家經濟與社會的發展」。[80]

從中國自己的引證來看，肯亞可能是中國外宣最成功的國度，一篇被中國國內翻譯並廣泛轉載的〈非洲媒體：世界上沒有見過象中國這樣的國家〉據說來自肯亞的《民族日報》，該文盛讚中國工人有高的報酬、有多樣化的宗教信仰、擁有世界上最先進的技術。[81] 這些正好與西方媒體及 NGO 對中國的印象完全相反：中國是世界上最大的血汗工廠，中國沒有宗教信仰自由，中國是智慧財產權盜竊大國。這些印象主要基於眾多相關調查報告。

但來自外部的研究卻對這種外宣效果表示懷疑。唐諾・布朗（Donal Brown）在〈非洲媒體警惕中國日益增長的影響〉（African Press Wary of China's Growing Influence）一文中指出，「中國對非洲有影響力不是新鮮事，可是這影響力正顯著增長。非洲的媒體因而對新帝國起了戒心。它們在承認援助和商貿增長的同時，就一個新的剝削時代是否行將開始提出了疑問」，「中國堅持漠視其商貿違反人權的做法，使其受到南非媒體的廣泛批評」。[82]

中國在非洲外宣工作上的高投入引起世界關注，牛津大學在 2010 年的一份研究報告中指出，「中國儘管把自己包裝成沒有意識形態和非政治性，這種意識形態的欠缺也許本質上反映了另一種意識形態，或者是用軟實力包裝的一種隱蔽的宣傳」；「各種軟實力的倡議在字面上看來固然美好，但卻不一定能夠付諸實行」。[83] 該報告用語委婉，但其實是對中國在非洲的大外宣效果表示懷疑。

上海《東方早報》記者丁剛 2010 年曾到非洲旅遊，曾專門就中國外宣在非洲的影響寫過一篇文章。在他筆下，中國

在非洲的外宣並沒有產生什麼作用。在埃及開羅，是 CNN 與 BBC 在主導當地的國際新聞，當地人獲取當地的新聞，甚至也是以這些西方媒體為主要管道。中國媒體雖然在非洲各地都設有記者站，但它們報導的當地新聞，大多還是為中國受眾服務的。而中國媒體的對外傳播，則主要是中國國內的新聞，以及中國的觀點。在奈及利亞，BBC 這類「西方主流媒體的觸角已經伸到了很多不同民族、不同語言的中小城市，對地方新聞的報導相當深入」，很多上層人士收聽和收看的全是 BBC 的節目。甚至有關中國的新聞節目，巴黎時裝展上出現的中國絲綢新裝，柏林電影節上露面的中國新片等等，也幾乎全部是由西方媒體提供的。這位中國媒體人得出結論，「在我們的非洲兄弟眼裡，其實中國還是一個十分遙遠的地方。」[84]

假定這位新聞人的說法可靠，只能說在中共政府苦心經營了大半個世紀的非洲國家，外宣效果也相當有限，在大多被中國官方宣傳視為「兄弟」的非洲國家，中國外援的魅力似乎主要來自於金錢，而非文化。即使在中國花了很大力氣經營、外宣工作也自認很成功的肯亞，當地人民對中國也有相對較強的排斥情緒。

中國已經成為肯亞的最大金主。2018 年 1 月，肯亞國家統計局公布「外國投資調查」顯示，中國已超越英國、美國，成為肯亞最大的外商直接投資（FDI）來源國。另據 2016 年麥肯錫調查報告顯示，在肯中資企業已達 390 多家，集中在工程、製造業和服務業。此外，中國還是肯亞第一大工程承包商。近年來，越來越多的中國公司進入該國市場，工程承包領域也從傳統的公路、房建專案擴展到鐵路、電力、港口、諮詢設計、

供排水、地熱井、石油管道和機場擴建等。肯亞也是中國外宣重點，「環球電視網」的總部設在該國，中文學校在肯亞遍地開花，肯亞人見面都能說聲「你好」。

這些投資成就，當然是中共努力經營與肯亞政府關係的結果，但肯亞社會對此卻不買帳。2018 年 9 月 5 日，「中國環球電視網」（又稱中國國際電視台）在肯亞首都奈洛比的非洲總部遭警方突擊搜查，多名員工被短暫羈押。理由是近期打擊非法移民專項整治。在肯亞當地報刊的網頁上，許多肯亞網友在相關新聞下發表了措詞激烈的評論，要求「中國小矮豬滾回中國去」，指責「中國人偷走我們的大象，偷吃我們的青蛙和我們的狗」。還有網友對中國員工因持有合法證件而重獲釋放表示不滿，認為「肯亞政府怎麼可以向這些破壞我國環境、掠奪我國資源的中國人發放合法居住證件」？[85] 同一天，肯亞一份名為 *The Standard* 的報紙頭版用半個版面刊登一幅諷刺漫畫，畫面上是一頭身上寫著 CHINA（中國）字樣的肥胖母豬倒臥在地，而母豬腹部則趴著 10 個寫有非洲領袖們（AFRICAN LEADERS）字樣的人物，正在爭相吸吮母豬的乳汁。

中國大力推出以英語為主要語文的外宣媒體及外宣媒體本土化策略，其目的是為中國的對外政策「營造良好的國際輿論環境」。中國外交政策的總體布局是「大國是關鍵、周邊是首要、發展中國家是基礎」，大外宣計劃及其投資也是按照這一戰略布局。但正如本章所述，西方世界的新聞理念與中國媒體的「喉舌論」（即媒體是黨的宣傳工具）在價值理念上呈衝突對立狀態，這使中國的大外宣無法取得它們想要達到的宣傳目標——形塑中國的良好國際形象，在國際社會主導話語權。只

在其周邊鄰國和其他地區的發展中國家取得了一些成效。[86] 這成效與其巨大的投入相比，不成比例地微小。

真正的問題是，傳播力不等於公信力，也不直接導致良好的國家形象。資訊的發布不等於資訊的到達，資訊的到達更不等於資訊被受眾按照發布者的意圖解讀、儘管中國「大外宣」很成功地運用了金錢的力量，但商業邏輯有時無法取代文化邏輯。在西方社會，公信力是媒體的生命之源。中國媒體與網路均處於中國政府的嚴厲管制之下，缺乏的就是公信力。

在北京投注了巨大資金希望「攻陷」的西方世界，中國「大外宣」的效果不佳。因為一個國家的國際形象，歸根結柢是由其國內政治社會狀況來決定的，比如美國的國際形象就不是依靠美國新聞總署和白宮發言人，而是依靠其本身實力及其對人權自由等價值的遵奉來形塑的。由於網際網路的開通，國際社會對中國政府的高度腐敗、過於懸殊的貧富不均、嚴重的環境汙染與頻發的生態災難，以及政府對社會反抗的暴力鎮壓都不陌生。中國政府只要繼續控制媒體，中國的媒體與刊物的報導就會被視為「宣傳品」，很難進入西方主流社會。[87] 在中國國內社會被黑暗籠罩之時，這種缺乏公信力的外宣媒體辦得再多，也不可能憑藉它來改善中國的國際形象。

第三章

世界中文媒體的政治版圖

我們現在不是海外關係太多，而是太少。海外關係是個好東西，可以打開各方面的關係。[1]

——鄧小平

對華僑、華人的宣傳工作，是黨和國家對外宣傳工作的重要組成部分。這是一項增進廣大華僑、華人對中國的瞭解和感情、爭取人心的工作，也是一項深層次的、基礎性的工作，具有深遠的戰略意義。[2]

——江澤民

自1990年代中期開始，世界各國中文媒體進入政治上的重新定位，以及數量上的擴張時期，這種變化，既與華人移民數量及原居地構成變化有關，也與中國的經濟實力增長及國際地位變化有關，不變的是其擴張原則還是列寧主義式的：用金錢實力辦媒體，教育生活在資本主義國家的華人。更重要的是，北京當局此時已經意識到將中文媒體作為政治工具的重要性，通過它可以控制海外華人並通過華人社團影響其所在國政治，可以很好地「維護中國形象」。[3]中國的外宣負責人經常引用一個調查資料說明這一重要性：在美國少數民族中，四分之一的人依賴本民族語言媒體獲取資訊並表達自己的意見。這類媒體的價值觀、影響力超過僑居地媒體的影響。西方許多媒體將這類媒體稱之為「躲藏在平常人視野之後的巨人」。[4]

一、中文媒體的生態變化

中國官方認為，中文媒體對海外華人能產生非常重要的影響，中國經濟上崛起之後，通過金錢統戰並創辦中文媒體，就

構成中國「大外宣」計劃的重要組成部分，中文媒體、華人社團與中文學校，也就成為中共「海外統戰三寶」。本章主要以美國中文媒體為研究對象。理由如下：第一，在西方國家中，歐洲的中文報紙無論從質還是從量上，均遜於美國；[5]第二，美國在中國外交中居於第一位置，因而也是中國「大外宣」攻略的主要目標。

1、1980 年代：中文媒體的政治取向多元化

以美國為例，自 1950 年代至 1960 年代放寬移民限制之後，大批港、台移民來此定居，許多港、台留學生也改變身分成為移民。與早期華人移民相比，這批移民大多擁有較為雄厚的經濟基礎和較高的學歷，成功地躋身於美國中產階級行列。隨著華人移民數量的增多、聚居區域的形成，以及移民文化層次的提高，為中文報紙的興起提供了社會條件。一批以港台移民為發行對象的報刊率先創辦，香港《星島日報》在美國印刷、發行，台灣聯合報系則在美國創辦《世界日報》。

從語言與歷史傳承看，香港、台灣與中國大陸同屬「中華民族」，但自 20 世紀中期以後，兩岸三地在社會制度、文化環境、生活方式等方面多有不同，由此決定了兩岸三地的居民在政治理念、價值取向以及目標訴求等方面存在巨大的差異，這種差異決定了三地移民的價值取向與閱讀偏好不同。中文媒體要想生存，必須適應這種口味不同的偏好，瞄準讀者定位。也因此，市場本來就不大的中文媒體還被切割成為港、台、大陸讀者三個不同的媒體區塊。

從中文媒體的資金來源分析，最開始有居美華僑自營及港台報業財團投資等各種形態。以美國為例，1990 年代中期以前，中文媒體大致為三種資金來源，大陸、港、台；1990 年代中期以後，大陸資金漸成主流，連台資背景的《世界日報》，也不得不依賴有大陸背景的廣告資助。

◎第一類是有大陸背景的中文報紙

這類報紙的資金來源分兩種情況，一是中國政府或新聞媒體在美國投資經營的。這種類型包括《僑報》（國務院僑務辦公室投資）、《新民晚報》（母報是上海《新民晚報》）等；二是大陸新移民創辦的報紙。這類報紙據說在 80 年代已經開始出現，至 90 年代以後，這類報紙的數量不斷躍升。據統計，目前美國中文報紙近百家，其中三分之一以上為中國大陸新移民所辦；加拿大約有 30 多家中文報紙，其中的 70% 為大陸新移民所辦；澳洲的 20 多家中文報刊，其中絕大部分由大陸新移民所辦；日本現有中文報刊 30 餘種，其中 80% 為中國大陸新移民所辦。

與原有的「港台化」中文報紙不同的是，這些報紙無論是形式還是內容都頗為大陸化：報紙的外觀設計大部分為橫排、右行文，一些報紙使用簡體字。在行文風格、話語方式亦與大陸趨同，比如大量引用新華社、中新社的電訊稿或中國國內報紙、網站上的資訊，大量報導與中國有關的新聞。這種特色是以前的中文報紙所不曾見的。[6] 統計數字顯示，從 1990 年到 2017 年，在美國各大移民族群中，來自中國的移民數量由此前的第四位躍升到了第二位。二十七年間，總計超過 240 萬

移民來自中國。據聯邦人口普查局發布美國亞太裔人口統計數字，截止 2017 年，美國亞裔人口 2141.92 萬，其中華人以 508.17 萬人居首。[7] 在美國的華裔移民中，來自中國大陸的移民占據多數。據統計，美國華裔移民每 5 個人當中，有 3 人來自中國。[8] 這種移民人口結構，決定具有中國背景的媒體漸成中文媒體的主流。

◎第二類是港台新聞媒體投資的

比如《星島日報》（香港）、《世界日報》（台灣《聯合報》投資）、《自由時報》（2000 年起改為授權代理）。因以上部分非本文主要關注的範圍，故不多加詳述。

上述第一類及第二類報紙由於資本投入大，據業者分析，這些報紙在前五年開拓市場時基本處於虧損狀態。初期資金充裕時，在全美南加州、北加州、美南、美中、美東等五個市場區域均能見到。經營狀態不佳時，則收縮市場。近年來因網路的衝擊，上述三家港台報紙經營規模日漸縮小。只有《僑報》背後有中國政府資金，無需自負盈虧，至今在美國東西部大、中城市華人聚居區的超市還可見到免費派送的《僑報》。

◎第三類是美國華人自行經營的報紙

這類報紙在 21 世紀初期還可在一些華人經營的超市見到。以後隨著網路對傳統媒體的衝擊日益增大，這些小本經營的報紙慢慢消失，即使存在也是慘澹經營。

媒體的風格往往由受眾塑造，這種情況顯然使得中文媒體很難走向規模化經營並提升文化品味。一些媒體業者對此觀察

得比較清楚：「華人群體的大部分，對中文傳媒的需求還是比較簡單的、淺層的。他們在這方面的需求，基本上還是在生活資訊、經濟資訊和周邊所發生的事情的領域裡，而高品味的、深度的中文文化還只是一個較小群體的需求。」[9]

由於資金來源不同，媒體的受眾存在政治區隔，整個1980年代，中文媒體的黨爭、政爭現象都相當突出。不過這種局面與90年代以後的媒體價值一元化相比，更符合自由媒體原則。

2、1990年代：中文媒體逐漸向「祖國」靠攏

隨著中國經濟在全球經濟地位的日益重要，各國來自中國大陸的移民增多，香港回歸日久、台灣島內政治生態亦發生重大改變，中文傳媒港、台、大陸三足鼎立並因政治觀點歧異而發生爭執的情況到1990年代已有很大改變。金錢讓它們消弭了爭端，成了服務於同一「恩主」的「侍從」。

這一時期，中共政府提出了「和平統一」祖國的方針，並形成「一國兩制」的構想，在全球60多個國家成立了100多個「中國和平統一促進會」，[10]以消解「台獨」影響為主要目標。在政治環境與讀者群體都發生了重大變化之後，眾多中文媒體為了生存，逐漸向「祖國大陸」靠攏，漸以刊登中國大陸的新聞與各種消息為主，價值取向發生極大變化。

但是，這種靠攏並不能從根本上解決中文媒體的生存，因為華人當中，有一大批人不讀中文。在1980年代至1990年代間來自大陸的華人，其中大多數人通過接受教育，進入美國

主流社會工作，早已融入網路世代，很少訂閱中文報紙。早期的港澳華人移民的子女（即第二代華裔），他們成長於美國的環境中，絕大多數對中文和中華文化很陌生，缺乏親近和歸屬感。中文媒體的生存越來越困難。中文媒體相關人士承認：「今天在美國的中文傳媒，能夠做到盈利的，是很幸運的少數幾家。因為中文傳媒的規模和影響有限，欠缺媒體的主要經濟來源——廣告和投資，顯然就會困難。」[11]

這種情況使得中國政府與海外中文媒體產生了一種特殊的供求關係，經濟實力日益雄厚的中國政府需要在海外對華僑統戰，並願意為統戰工作支付大量金錢；而中文媒體大都或多或少地存在著資金困難的問題。基於這種互相需要的「供求關係」，中國政府與海外中文媒體之間的合作越來越多，形式也日益多元化。

一些聰明的中文媒體從業者預測：「在全球一片中國熱中，美國中文媒體豈能置身事外，如何積極扮演好中國媒體與企業進軍美國市場的橋樑與合作夥伴角色，恐怕是未來美國中文媒體發展的關鍵與機會。」[12]《英中商報》首席執行官楊騰波毫不隱諱地說：「從某種程度上說，海外中文媒體的發展，也是中國全球影響力發展的一個重要體現。」這段話等於承認海外中文媒體就是中共延伸至海外的喉舌。[13]為了在眾多中文媒體中引起中國當局關注，相關負責人競相表達忠誠：「要發揮輿論工具的導向功能」，「大力宣傳和努力推動反獨促統（反對台灣獨立，促進大陸統一台灣）是我們海外中文媒體的光榮使命和歷史責任」。[14]

海外中文媒體為何願意向「祖國母親」靠攏？日本一位中

文媒體從業人員參加第三屆「世界中文傳媒論壇」，回到日本後寫了一篇〈在冷靜與熱情之間〉[15]，談了他本人對出席論壇的感受。願意公開表達這種細微個人感受的文章極為少見，但魔鬼往往藏在細節裡，所以筆者在此多摘錄幾段。

談到中國主辦方的熱情時，作者寫道：「海外人士在異國他鄉學會了低頭，學會了忍耐，乍一下回歸故園享受嘉賓待遇，還真有點受寵若驚的感覺。開會之外，武漢市政府精心安排了參觀活動，湖北省博物館裡的編鐘表演，武漢雜技團的絕活，天下第一樓黃鶴樓，武漢市管理得最好、讓溫家寶總理感動得落淚的社區，我們都一一觀賞或體驗了。」與武漢同樣熱情的，還有會議代表們兵分三路的參觀之地，如廣東、江西、山西等地。

這種接待的效果顯而易見，與會者均「為海外中文傳媒這一世界傳媒中的『弱勢群體』，在中文的故土得到前所未有的重視而歡欣鼓舞」，感動到開始想自己「能為這片廣袤的故土做些什麼？」。接下來，他對另一位參加會議的華人媒體作者文揚所持的「招安」說法不以為然，認為「與其說是『被招安』，倒不如說是海外傳媒主動『靠攏組織』。已有事實證明，有『大陸背景』的海外中文傳媒聲勢更壯大，腰杆挺得更直些」，「我承認，主辦方對海外中文媒體有所期待，誰能說這種期待對海外辛苦經營的傳媒業者來說不是一個方向呢？這次論壇的主題很精練、很及時，……給正徬徨著的海外中文傳媒提了個醒，報導中國是我們永遠的主題，是生命力所在；以自己的方式報導『中國熱』，是最緊迫的課題。在海外為中國說話，維護中國的利益不必羞羞答答，……的確，能夠讓五湖

四海的同行手牽手，在世界範圍形成『中文網』，這本身就是了不起的事情。」[16]

以希臘雅典為基地的中文報紙《中希時報》那奇特的生存狀態，也許是說明海外中文媒體生存的一個樣本。

這份周報創辦於 2005 年，每周出版一次。在該報的網站上有著這份報紙的「簡介」與「本報大事記」。有趣的是，該報對自身做為媒體的特質介紹很簡略，相當篇幅用來炫耀該報與中國政府及中國官方媒體的關係，比如「簡介」裡說：「2006 年起，本報陸續與中新社、新華社、中央電視台、鳳凰衛視、人民日報海外版等建立長期合作關係，同時在國務院僑辦、中宣部等國家機構註冊。」對於該報及其負責人與從業人員的專業水準隻字未提，最榮耀的事情是「2008 年 3 月，和國內外眾多媒體一同見證了奧運聖火在希臘奧林匹亞古遺址點燃的神聖瞬間，並作出了大量的文字及圖片報導。本報社長吳海龍先生也榮幸地成為全世界海外華僑華人第一火炬手」。該報創辦六年來，所經歷的大事一大半是該報全程陪同中國政府高官來訪以及該報被邀請參加了中國政府舉辦的某項活動，如「2006 年 5 月，中國全國人大委員長吳邦國訪問希臘，本報隨團全程採訪報導」；「2008 年 9 月，參加由國務院僑辦文教宣傳司和中國新聞社聯合主辦的第四屆海外中文媒體高級研修班」；「2008 年 9 月，參加由國務院僑辦文教宣傳司和中國新聞社聯合主辦的第四屆海外中文媒體高級研修班」；「2008 年 11 月，中國國家主席胡錦濤訪問希臘，本報記者隨代表團全程採訪報導，本報也有幸得到了代表團成員的指點和好評」。[17]

如果不是該報網站上有時出現「本報」及「採訪」等字樣，

這個網站的內容很像中國的基層政府機構對自己的介紹，這類介紹的重點就是列舉自己受到上級政府機構重視的各種「業績」。

這些中文媒體的負責人有不少是當年千方百計從大陸移民至海外者，為什麼現在卻表現出這種與他們移民初衷完全相反的態度？關鍵還是生存壓力，在中文媒體當中，認為「有大陸背景的中文媒體腰杆粗壯」已經成為共識，許多中文媒體將自己有大陸背景引以為重要的社會資本，並以此獲得中國駐外領館的信任與支援。一些老中文媒體因為在背景上無法與後來的新辦媒體競爭，對此頗有怨言。美國休士頓一家中文媒體的總編與社長就曾抱怨過這種競相爭寵帶來的過度「競爭」：「由於新的媒體以嶄新的面貌出現，有時甚至打著『獲得了某某權威機構、權威人士支持』的旗號，很容易成為僑社的新寵，所以原有媒體便擔心僑社和廣大僑胞可能會『喜新厭舊』，一定會更加積極地參與僑社活動，努力地為僑社服務，爭取在僑社和僑胞之中不會失寵。」

這兩位負責人還委婉地表達了自己的不滿：「國內某些方面的不恰當支持造成了混亂。海外某些中文媒體在資金不足、創辦條件不具備的情況下，通常會尋求國內有關方面的支持。國內有關方面，尤其是某些領導部門，如果給予了個別媒體以財力、物力或版面上的支持，實際上是對其他中文媒體的不公平。獲得國內支持的某些媒體可以打著某種旗號，以更低的成本和特殊的身分參加當地的市場競爭。國內這種實質支持的結果只會造成當地新聞傳媒市場的更加混亂，造成其他一些熱愛祖國中文媒體的更大困難。因此，筆者認為，國內有關部門對

於海外中文媒體的支持應以精神鼓勵為主，對於某些尚未取得信譽的新辦媒體的實質性支持應該慎之又慎，對於熱愛祖國的其他中文媒應該做到合理公平。」[18]

為了得到來自中國大陸的資源支援，中文媒體之間的爭寵已到如此地步，自然只會對北京政府這類提供資源者的要求予取予求，哪裡還敢提什麼媒體的獨立性與媒體人的職業道德？

3、北京對海外中文媒體的紅色滲透

中國政府對海外中文媒體的控制，始於1990年代中前期，從現有資料來看，一開始滲透的，始於對香港的幾家中文媒體，如《星島日報》、《明報》等。[19]

自從中國政府通過改革開放積聚了財力之後，就開始通過資助或者直接出資創辦貌似獨立的中文媒體、中文學校，並鼓勵開辦各種華人社團，作為海外「統戰」的主要工具，並將這三者合稱為中國政府海外統戰的「三寶」。[20]

所謂「統戰」是「統一戰線」的簡稱，當年中國共產黨與國民黨政治對抗時，曾使用「統一戰線」這套方法，爭取中間勢力的廣泛支援，其內容就是「團結一切可能團結的勢力」，通過「統戰對象」的口向外界宣布中共的聖明，獲得最廣泛的社會支援。中共建政之後，所有中國駐外大使館、領事館的主要任務之一就是從事「統戰」（統一戰線）工作，爭取盡可能廣泛的支持。

從1990年代以來，中共海外「統戰」工作的重點之一就是扶持中文媒體，塑造中國政府的好形象。中國官方一直認

為，「世界上話語權的分配很不平衡，80%的資訊被西方媒體壟斷」[21]，因此，中國政府從 2008 年開始，就大張旗鼓地全力推行「大外宣計劃」。這一計劃分為中、英文（含其他語文）兩大部分，以雄厚的金錢做後盾在世界各國穩步推進。對於香港、台灣兩地的中文媒體，中國政府各有不同的控制與滲透方式，另有專章敘述。本章主要陳述中國政府如何控制港台之外的世界中文媒體。

有關中共控制與滲透海外中文媒體的研究，最早當是美國詹姆斯頓基金會（Jamestown Foundation），在其會刊《中國簡訊》（*China Brief*）上發表的〈中國政府是如何控制美國的華語媒體〉（2001 年 11 月 21 日）。[22] 該文指出：中國政府花費了巨大努力介入海外的中文媒體，其主要策略有：投資控股、給予媒體（老闆）在大陸的商業利益、安插人員等等。不少中文媒體被收買，或因不敢得罪中共，在有關中國的報導上越來越接近中國大陸媒體，所使用的語言也日益接近中國的官式語言。該文披露，當時美國主要的 4 家中文報紙——《世界日報》、《星島日報》、《明報》和《僑報》，發行總量約 70 萬份，但都受到中國大陸直接或間接的控制。

由於中國政府「金錢統戰」的結果，這些以「中國主流媒體在海外延伸」自命的中文媒體，「在辦報宗旨上秉承中國主流媒體的理念和觀點」，[23] 已經有不少日益偏離新聞自由的軌道，對中國的報導越來越與西方主流媒體的價值判斷相反。

在眾多海外中文網站中，值得一提的是「多維新聞網」，該網站開通於 1999 年 1 月，網站由「六四事件」之後流亡海外的媒體人何頻創辦，投資者包括李錄代表的美國風險投資，

以及現在的「立方網」CEO 熊萬里，投資高達 5000 萬人民幣。2009 年 9 月，香港商人于品海的中國數碼資訊有限公司收購了網站部分股權。此後，多維陷入混亂，何頻離開，並認為「靠官方在海外建立和收購媒體是一種笨重的辦法，只有用更開放的心態面對西方媒體，或者讓中國人的民間媒體用專業手法進入西方，才能使中國的形象降低扭曲度」。《鳳凰週刊》記者田路注意到：「多少顯露出，國內在互聯網資訊的攻防戰中，已經由單純的建造『圍牆』，開始走向在『圍牆』外設點主動出擊。」隨後，網站總部遷往了中國數碼的北京辦公地點，成為一家在北京製作中國新聞並在美國發表、供海外閱讀的網路媒體。[24]

在眾多海外中文媒體中，多維新聞網有個特點：每當中共內部爭鬥激烈、陷入某種矛盾時，承擔放風闢謠的工作。在中國國安部線人、前國安部常務副部長的商界馬仔郭文貴於 2017 年在海外中文推特進行所謂「爆料」，引得一眾民運大佬競相附從時，國內媒體不能就此發言、海外中文媒體不敢涉足此事，只有多維新聞網連續發表幾十篇文章，對郭文貴事件進行分析解疑。[25] 如果要對海外中文媒體做個案研究，號稱集「承載媒體帝國理想與山寨新聞」於一身的多維是個經典個案。

值得一提的是，除了多維新聞網之外，還有數家中文媒體被美國的《胡佛報告》點名。該報告由美國史丹佛大學胡佛研究所、美國亞洲協會美中關係中心與安納伯格基金會陽光之鄉信託共同發布，原名為《中國影響力與美國利益：提高建設性警惕》（*Chinese Influence & American Interests: Promoting*

Constructive Vigilance）。該報告第六部分點名了十餘家美國中文媒體，並詳細介紹了「文學城」（wenxuecity.com）的來龍去脈。報告引證資料稱，「文學城」網站首席執行官林文在2011年，接受大陸媒體採訪時透露，「我們『文學城』的新聞報導，多數都是採用中新社的文章。絕大數稿件，都是來自國內官方媒體的報導」。《胡佛報告》還指出，自從文學城被轉手之後，就與新華社以及中新社簽署合約、刊登其新聞；甚至還有一個未經證實的傳言，購買網站的費用中有中共宣傳部門提供的100萬美元補貼。[26]

除傳統的媒體報紙外，中共還廣泛涉足廣播電台、電視，操縱美國及其他國家的華語廣播電台，電視。美國現有華語電視台約10多家，大陸背景的華語電視公司也開始進軍美國市場。繼香港鳳凰衛視控股有限公司下屬的「鳳凰衛視美洲台」於2001年在洛杉磯啟播之後，洛杉磯的「洛城雙語廣播電台」、「洛杉磯中文廣播電台」相繼開辦。2004年，中國中央電視台與美國第二大衛星電視公司「回音之星」推出中文「長城平台」套裝，包括12個普通話頻道、2個粵語頻道、1個閩南語頻道、1個英語頻道，1個西班牙語頻道和1個法語頻道，成為全方位展現今日中國的「平台」。[27]

2004年，梅鐸的「新聞集團」為取得中國政府的好感，聘請了一位美國顧問幫助中央電視台的幾套節目在「時代華納」、「新聞集團」運營的美國電視網中落地。[28] 自從開始這項合作之後，「時代華納」旗下的CNN對中共的態度變為「友好」。2010年，中央電視台與「美國線上時代華納公司」達成協議安排，中央台第九頻道英語節目（CCTV-9）自2011年

1 月起在美國紐約、洛杉磯和休士頓三城市播放。作為回報，自 2011 年起中國准許美國線上時代華納（AOL Time Warner）的普通話電視頻道 CETV 在廣東珠江三角洲播出，這是美國的電視節目首度獲准在中國境內播出。[29]

為了將中文媒體「做大做強」，北京還支持海外中文媒體跨國合作、合併。2007 年 1 月，同樣由張曉卿持有的香港《明報》集團宣布與馬來西亞最大的兩家中文媒體——星洲媒體及南洋報業合併，交易涉及金額約 34 億港元。《明報》大股東張曉卿表示，合併僅是第一步，集團其後將進軍內地及全球媒體市場。中國新聞社社長郭招金在國內接受媒體採訪時稱，這些中文媒體合併之後，將發展成全球最大中文印刷媒體平台之一，於北美洲、東南亞及大中華地區各主要城市擁有超過 5 份報章（約 15 個版本），每日發行量超過 100 萬份，以及 29 份雜誌刊物。北京的座上客、「愛國僑領」熊德龍在美國主辦的《國際日報》，發行到泰國、印尼；法國《歐洲時報》與上海《新民晚報》合作，在法國共同出版《歐洲聯合周報》，並在奧地利、德國、希臘、葡萄牙合作推出各種語文的版本。[30]

義大利《歐聯時報》能夠在短時間內成為歐洲知名的中文媒體，得益於與大陸主流媒體的合作。2007 年《歐聯時報》首先與中新社浙江分社合作，雙方達成共同出版發行《歐聯時報》的「戰略協議」，隨後《歐聯時報》又與《人民日報》海外版建立了「合作夥伴關係」[31]；而《歐聯時報》的編輯中心設在中國浙江省首府杭州市，發表的各種報導堪稱《人民日報》的翻版（www.ouhuanews.com），比如「海外中文媒體有責任讓世界瞭解真實的西藏」、[32]「中國走入西方用事實證明

西藏進步」、[33]「中國西藏政策必會憑自信贏得國際認同」。[34]這些文章被中國官方以引述外媒的方式轉載於《中國網》上。就是這麼一家已經完全變「紅」的媒體，不僅成為中國官方希望中文媒體學習的樣板，也成為海外中文媒體爭相仿效的對象。

毛澤東當年讓新華社「將地球管起來」、「讓全世界都能聽到我們的聲音」這一宏願，[35]未能通過其「世界革命領袖」的政治影響力達成，但終於在他逝世幾十年後由其政治繼承人運用金錢的影響力達成。按照中國政府的統計，目前全球有4500多萬華人、2萬多個僑團、5000多所中文學校、數百家中文媒體，如何控制管理這些中文媒體，影響華人的思想，增強中國政府的凝聚力，被中國政府視為相當重要的「海外統戰工作」。[36]

二、為世界中文媒體從業人員提供交流平台

中國政府既然要實現「讓新華社將地球管起來」這一政治願望，僅有投資是不夠的。還得通過一些組織活動形成向心力，既讓海外中文媒體感到有「組織」可依靠，還有「組織」給定的工作原則與目標，並用這些原則來約束規範媒體報導。自2000年代中期開始，北京政府對海外中文媒體採用了更成熟的控制與滲透策略。除了採取前述手法繼續滲透並加強控制之外，還多管齊下，為世界各國中文媒體提供了各種交流與聚合的平台。負責與海外中文媒體聯繫的有中國國務院新聞辦、僑辦、北京大學世界中文傳媒研究中心、中國新聞社等機構。

世界中文媒體合作聯盟的名譽主席由中國國務院僑辦副主任趙陽擔任。[37]

經過將近二十年辛苦經營，北京與海外中文媒體的「指導交流」已經形成相對固定的幾種模式：

1、開辦專門為海外中文媒體服務的研究中心、網站、雜誌

早在 2002 年，北京大學成立了世界中文傳媒研究中心，其目的是「聚合海內外研究資源」，該中心與中國專事對外傳播的政府管理部門及世界華人報業協會等有著密切聯繫與合作關係，經常組織各種交流活動，為海內外中文媒體的合作及業務拓展提供「對策研究」，為配合兩年一次的世界中文傳媒論壇而編纂出版《世界中文傳媒年鑑》等。[38] 此類中文媒體研究陸續開辦了好幾個，來頭最大的是 2008 年掛牌成立的中國新聞社中文傳媒研究中心。

海外中文媒體的負責人在這些平台上發表一些什麼研究成果呢？大都是如何向世界傳播中國（即中國政府）的聲音，還有世界各國中文媒體的工作心得，如美國中文雜誌《彼岸》的副總編王威在〈中文媒體在美國的作為以及與中國大陸傳媒之間的互動〉一文中，心領神會地指出，要「充分利用美國中文傳媒的作用」，「影響美國主流社會」。[39]

如果說王的文章還比較含蓄，那麼有些文章就更露骨。比如美國《芝加哥華語論壇》報社長兼發行人張大衛就乾脆直接了當地表態：「大力宣傳和努力推動反獨促統是我們海外中文媒體的光榮使命和歷史責任」，「作為海外華人的喉舌，應

當運用自己的輿論工具大力反獨促統」。為了讓北京重視他的作用，張大衛還力陳其執掌的媒體優勢：「由於具有非官方、非政治、非政黨的色彩，發表的消息和言論更有親和力和說服力」，可以「通過與當地主流社會的接觸和對主流媒體的瞭解，可以有的放矢地通過各種方法推動反獨促統，做好主流人士的工作」，能「用較大篇幅報導或轉發有關反獨促統的消息和動態，包括當地和世界各地的和平統一新聞」。並急切地表示，「在反獨促統中，媒體不能僅僅是冷漠的旁觀者、客觀報導者，而且應當是熱情參與者、積極推動者」。[40] 這些中文媒體以當喉舌為榮、竭力取寵之態躍然紙上。

如此交流經驗，已經不是交流如何辦媒體的經驗，而是交流如何更好地充當宣傳工具的經驗。

2、舉辦各種海外中文媒體研修班，規訓海外中文媒體從業人員

在形式各異的研修班當中，目標比較固定而且密集舉行的是「海外中文媒體高級研修班」。這一研修班的主辦者是中國國務院僑務辦公室，有時亦邀約中國新聞社、中國人民大學新聞學院充任共同主辦機構。從 2006 年 1 月開辦第一期以來，至 2018 年一共舉辦了 17 期。每次規模不大，一般為幾十個人，為期四至五天不等。參加者是北京認為在所在國有一定影響力的中文媒體負責人及採編人員，如「第三屆海外中文媒體高級研修班」（2007 年 11 月 21 日在北京開班），有來自 15 個國家 22 家海外中文媒體的負責人趕來北京「聽課」，其中

有法國《歐洲時報》、英國《英中時報》、芬蘭大眾明天媒體集團、葡萄牙《歐洲聯合周報》、澳洲《生活周刊》、紐西蘭「中華電視網」、美國「中國之星」電視台、日本《日中新聞》等。[41] 越到後來，規模也越大，第十七期共有來自美國、加拿大、巴西等 41 個國家和地區 91 家中文媒體的 94 名負責人和主要編輯、記者參加研修。[42]

這種研修的主題一般都與中國的政治需要相結合，比如 2017 年 5 月，在廣東舉辦的第十六期海外中文媒體高級研修班，主題就是要求參與研修班的海外中文媒體「廣泛、深入地宣介『一帶一路』理念，積極宣導當地僑胞參與建設、分享機遇，努力擔起中華文化宣揚者的使命」。[43]

參加「研修」的中文媒體負責人的任務是「聽課」，講課者多為中國政府的媒體管理部門及僑務部門負責人，如全國人大常委會副委員長成思危、[44] 國務院僑務辦公室副主任劉澤彭、中國新聞社總編輯郭招金、副總編輯王曉輝以及官方認為政治可靠的「新聞業務專家學者」，講授「中國特色」的新聞理論、採編業務、媒體管理、中國國情與經濟形勢、中文化等課程，並組織學員與中國新聞媒體展開交流。[45] 向研修者介紹中新社通稿、世界中文傳媒論壇、海外中心供版服務，以及「中新網」和「中國僑網」等新媒體業務，也是研修內容之一。[46]

這類研修班有時根據北京政府的政治需要作專題「研修」。比如 2010 年 8 月 29 日開辦的第六期海外中文媒體高級研修班，主題為「新疆和西藏的歷史與文化」，參加者有來自 23 個國家的 40 家中文媒體的負責人及代表，如法國《歐洲時報》、英國《倫敦時報》、德國《歐洲新報》、匈牙利「萬

事達傳媒」、美國《僑報》、加拿大《華僑新報》、日本《西日本僑報》、菲律賓《世界日報》、澳洲《移民鏡報》等海外中文媒體。國家宗教局局長葉小文到場講課。北京的課程研修結束後，學員們由專人帶隊去烏魯木齊、喀什、阿克蘇等地，就新疆民族歷史與文化、經濟社會發展狀況等進行「深度採訪」。[47]這種研修的目的是讓海外中文媒體寫出合格的宣傳品，並用各種所謂「親見親聞」的宣傳攻勢去改變部分西方媒體的慣性思維，還原一個所謂「真實的新疆」。

3、定期舉辦會議

這類會議有好幾種，其中北京最為重視且定期舉辦的會議是「世界中文傳媒論壇」，每兩年一次。從 2001 年 9 月舉辦首屆以來，至 2017 年 9 月，一共已開辦九屆。

2001 年 9 月首屆世界中文傳媒論壇，來自五大洲 30 個國家及港澳台百餘家中文媒體的負責人出席了會議，海外主要的中文媒體幾乎全部到齊，包括北美地區的《世界日報》、《星島日報》、《明報》報系，新加坡的《聯合早報》，馬來西亞的《星洲日報》、《南洋商報》，菲律賓的《商報》、《世界日報》，法國的《歐洲時報》，香港的《亞洲週刊》、鳳凰衛視、《大公報》、《文匯報》，台灣的《中國時報》、《聯合報》等。儘管主辦機構是中國國務院僑辦與官方媒體中國新聞社等，協辦者是會議舉辦地的地方政府，如成都、上海等地的市政府，中國的宣傳還是很坦然地宣稱，世界中文傳媒論壇被譽為「民辦中文傳媒之家」。[48]

按中國官方總結，這個論壇有四大特點：一是規模大，邀請的範圍廣，與會人數眾多；二是傳媒類別齊全，報紙、雜誌、廣播電台、電視台、網路媒體等一應俱全；三是層次高，與會者均為中文媒體的董事長、總裁、社長、總編等；四是地區分佈廣泛，世界上有中文媒體的國家和地區均有代表參加。[49] 隨著中國國力增強，中國向外擴張的雄心高漲，這類會議有越辦越興盛之勢，例如 2011 年 9 月舉辦的第六屆世界中文傳媒論壇規模號稱最大，參加人數最多，來自美國、加拿大、紐西蘭、俄羅斯、澳洲、巴西、日本、新加坡、馬來西亞、港澳台等近 50 個國家和地區的 400 餘位中文媒體總編與會。[50]

通過此論壇，中共當局對海外中文媒體進行業務指導，比如 2017 年第九屆世界中文傳媒論壇，當局進行的業務指導就是要求海外中文媒體順應世界傳播介質深度變革的潮流、利用 Facebook、Youtube 等社交媒體，境內外中文媒體互聯互通，以美國梁彼得事件為例，深度介入影響海外輿論熱點事件。[51]

北京花費如此之大的精力辦世界中文傳媒論壇，其目的是「向世界發出自己的聲音」。與會者心中也明白自己應該扮演什麼角色。據一位與會者事後感慨，這種「有吃、有喝、有玩樂、有鼓掌、有照相、有發言、有總結、有資料、有禮物、有歡迎、有道別，一種典型的中國廟會式的『大會』，對於移民海外者確實有吸引力。舉辦者意在『招安』」，而參加者更是希望自己表現好，在眾多受招安者當中鶴立雞群，備受中國當局重視與關注，從而獲得更多的資源。[52]

每舉辦這些會議，中國媒體都受命刻意渲染，有意誤導國內人民，讓他們產生錯覺，真以為心向北京的「中文媒體」已

經擠入世界媒體主流。一些不明就裡的中國媒體還煞有介事地報導海外中文媒體正在探尋與中國媒體的「合作之路」。[53] 沒有人會指出一個事實，在參加世界中文媒體論壇的幾百家中文媒體當中，有不少媒體事實上早就接受中國政府資助，更有媒體是中共自家創辦，只不過裝扮成「獨立媒體」的模樣罷了。

三、海外中文媒體：中共對外傳播的「第三陣營」

海外中文媒體為報效北京的支持與重視，除了日常報導必須心向北京之外，在北京政府眼中的重大事件當中，都需要配合北京的宣傳計劃。比如 2008 年北京奧運、中共的重大政治活動，例如每年的「兩會」及中共中央的歷次代表大會，海外中文媒體都需要大篇幅地「正面」報導。[54]

1、海外中文媒體奉命配合政治宣傳

中共需要海外中文媒體配合報導，目的不只是在海外華人社群中宣傳，另一個作用是在國內媒體上渲染「中共德政天下歸心」的氣氛。

比如 2007 年中共十七大召開，中國「人民網」（中共機關報《人民日報》官網）及各大網站紛紛刊登了如下消息：「海外華僑華人和中文媒體高度評價中共十七大：美國紐約華人社團聯席會 23 日舉辦座談會，與會僑領高度評價十七大取得的成果以及新一屆中央領導機構。」[55]「美國中文媒體對此關注度日益升溫。翻開 2007 年 9 月 9 日紐約出版的《僑報》、《世

界日報》等報紙，『中共十七大』成為這些報紙要聞版或者中國新聞版的關鍵字。」[56]「〈俄羅斯中文媒體高度關注十七大紛紛推出專版、專刊、專題〉成為刷版的文章。」[57]從 2013 年開始，海外大外宣的重點就變成了高調宣傳「一帶一路」。以中國國務院僑辦的美國僑報網為例，近年連篇累牘地推出與「一帶一路」相關的話題，密集度之高，幾乎成了日常報導內容。僅以 2017 年為例，3 月發表過〈華僑華人藍皮書發布聚焦「一帶一路」〉這種重頭專題，緊接著就在配合第十七屆世界中文傳媒論壇舉辦，於 2017 年 5 月 12 日開始，陸續推出「一帶一路國際合作高峰論壇」專題，並配發〈「一帶一路」是中國崛起必由之路〉這類社論。

有時北京政府擔心海外中文媒體不能很好地領略意圖，只是簡單地照抄新華社新聞，影響宣傳效果，於是由政府大員出面耳提面命，親授機宜。為了宣傳 2008 年奧運，北京奧組委於 2007 年 11 月 1 日在中國駐紐約總領館召開了中文媒體見面會，中央政治局委員、北京市委書記、北京奧組委主席劉淇出席會議，當面向中文媒體傳達宣傳要求。[58]外國媒體對國際帕拉林匹克運動會的熱情不高，為避免冷落，北京奧組委又特別致函給海外中文媒體，要求它們儘快註冊採訪帕運會。[59]

從功能來說，這些與北京關係密切的海外中文媒體基本上是中共宣傳機器的延伸，它們與其所在國的獨立媒體的報導很不相同，基本上是按照中國當局規定的口徑宣傳。無論是中國政府還是海外中文媒體也均不避諱這點。

2010 年廣州亞運會時，為了擴大廣州亞運會在海外的影響，由廣州市僑辦和廣州亞組委宣傳部聯合主辦的「2010 年，

相約廣州——海外中文媒體廣州亞運行」，於5月16日至20日在廣州啟動，近20家來自亞洲、美洲的海外中文媒體，在廣州集中採訪報導廣州2010年亞運會籌備情況。出席的海外中文媒體包括香港《星島日報》、《澳門日報》、美國《美中報導》、加拿大《華僑時報》、泰國中文電視台、日本《新華僑報》與《中文導報》、菲律賓《世界日報》、馬來西亞《星洲日報》、印尼《千島日報》、新加坡的《聯合早報》等。這些媒體剛參加過國務院僑辦舉辦的「華僑華人回家看世博」的系列採訪報導，立刻又接受廣州亞組委宣傳部邀請採訪廣州亞運會的籌備情況。東道主廣州市政府的目的也很明確，是讓這些華媒「感受『激情盛會，和諧亞洲』的亞運理念，在世界華人社會營造良好的亞運氛圍，使更多的海外僑胞來廣州觀看亞運會」。[60] 上海世博會也同樣組織了多家海外中文媒體集中報導。2010年5月9日至15日，24家海外中文媒體的27位記者參與了國務院僑辦與上海市僑辦聯合舉辦的「海外中文媒體世博採訪周」活動。[61]

中國和平統一促進會是中共官方辦的NGO，從2011年起，該組織每年找來海外中文媒體記者團走訪藏區。葡萄牙「葡新國際文化傳媒」總裁馬麗梅是每年必到的受邀嘉賓。2018年夏天，她第七次作為海外中文媒體的代表採訪藏區，並對《人民日報》記者談自己的感想：「有幸用人生中的七年去做一件事，去見證一個貧困落後地區的重生，是非常有意義的。」與她同行的「南美新聞網」的一名記者在參觀完拉薩和日喀則的寺廟後寫下這樣的觀感：「藍天之下，是觸手可及的信仰……和諧、寧靜、平和、世俗的那些寺廟在藍天下構築了

藏區人民內心最深刻的幸福世界。」[62] 這些海外中文媒體報導的西藏，幾乎與國際媒體呈現的西藏景象完全相反，國際媒體經常報導的藏人自焚、抗議中共對西藏的掠奪性開採以及對西藏生態環境的巨大破壞，在海外中文媒體中都毫無蹤影。

可以說，自 2000 年以後中國強力推行大外宣計劃以來，世界中文媒體的版圖已呈現紅色與粉紅色的狀態。還能夠堅持獨立立場且有規模影響的中文媒體，只有美國之音、BBC 英國廣播公司、自由亞洲電台等少數幾家，還有因反抗中共迫害而問世的法輪功系列媒體（《大紀元時報》、新唐人電視、希望之聲廣播電台）等。少數異議中文網站由於其內容的限制，與其說是公共媒體，毋寧說更像是同溫層的討論圈。

除了港台兩地媒體被北京採用種種手法滲透控制之外，世界各國的中文媒體也早就被中共採取本章所述各種手法收歸已用，其報導方針迥異於中資入主之前的 90 年代中前期。雖然增加很多關於中國政經民情的報導，但卻有意忽略中國每天都在發生的各種涉及侵害人權、民間抗爭、官員腐敗與社會不公的消息，只側重於中國經濟如何飛速發展，中國在國際社會的地位如何提高等，[63] 幾乎就是新華社消息的延伸。

這樣辦出來的中文報紙，究竟是什麼面貌的呢？ 2011 年 9 月，在「第七屆世界中文傳媒與華夏文明傳播國際學術研討會」上，北京多年的重要統戰對象、新加坡《聯合早報》前總編林任君有個發言，表達了他對這種拙劣制式的外宣產品的不滿。林任君是這樣說的：「這些海外中文報，有很多是以僑報的身分存在，以僑報模式經營的；有些連效忠的對象也是中國，而不是當地的政府。在資源方面，包括報社的資金和人力、新

聞來源等，則相當依賴中國國內的支援。由於它們的新聞主要由中國的媒體提供，甚至整個新聞版面都由國內媒體直接承包傳送，其內容受到很大的侷限，即使本地新聞也僅僅報導當地的華社活動。不但新聞如此，連言論也不是自己的、而是中國的，有時甚至與中國官方的口徑相當一致。這種現象，使這些報章在客觀上形成了『部分中國化』的傾向，與其說它們是『海外中文報』，不如說是中國報章的『海外延伸版』。」[64]

林任君這番話的意思是，希望這些中文報紙向新加坡的中文報紙學習，即使與中國關係密切，也必須外表上像獨立媒體，才能獲得較好的宣傳效果。

2、中共對外傳播的「第三陣營」

中國意識形態部門動用巨額資金在海外搭建外宣平台，早已經是公開的「秘密」，這些由北京支持的海外中文媒體越來越像宣傳品。在網路時代，這些宣傳品的華人讀者主要限於50年代以前出生的人。這些報紙完全無法依靠市場，只能依靠北京方面持續不斷的投入，放在海外華人為主的超市裡免費派送。中國主管海外大外宣的政府部門當然不會承認，這是中國當局賦予的宣傳功能讓中文媒體變得面目可憎，導致讀者流失，但也得面對這種宣傳品陷入生存困境這一事實。

2015年12月，官辦機構中國記者協會組織一個新聞代表團赴美國洛杉磯、舊金山、紐約等地，訪問了鷹龍傳媒有限公司、《星島日報》、《世界日報》、多元文化傳媒集團、華人資訊網、《新象》雜誌等10餘家中文媒體，召開座談會後，

也不得不承認：「中文媒體普遍存在規模小、市場分額小的問題，導致不少媒體陷入了『資金短缺、採編力量不足、無法提供高品質的播出內容、受眾流失、市場分額進一步縮小』的惡性循環，這成為制約中文媒體發展的最大短板。」[65]

儘管扶持的傀儡媒體不是特別中用，但在北京看來，有它們比沒有它們的情況要好得多。中國官方傳媒學者將中國對外傳播體系劃分成「三個陣營」，認為以對外宣傳為主的中國新聞社已經建立了覆蓋全球80%華文媒體的對外供稿服務體系，海外數以千計的華文媒體構成了「第三陣營」。[66]

何謂中國對外傳播的「第一陣營」及「第二陣營」？中國對外傳播的第一陣營是國內媒體，但國內媒體語言在外語文化圈易引起排斥；後來發展為借助境外媒體，算「第二陣營」，但也往往由於後者的「有色眼鏡」而事倍功半。[67] 官方文章未解釋第二陣營的具體構成，但據我多年的研究，應該不是指自家人掌控的港台媒體，而是指英文媒體的駐京記者群。每有重大事件發生，官方會有意無意利用各種管道、尤其是外媒駐華記者的中國助手（官稱為「中文秘書」，簡稱為「中秘」）透露資訊。這些隱藏在數百位外國媒體駐華記者身影後的「中秘」們，他們的名字雖然從未出現在報導中，但他們其實才是新聞的真正炮製人。這是行內公開的秘密，但直到路透社駐華首席記者林洸耀寫文章公開談論此事，才為外界所知。

林洸耀指出，「為外國媒體工作的『中秘』負責新聞調研、採訪、協調、翻譯等工作，職責與外籍記者差不多。他們會和外國記者一起天南地北地報導中國新聞，你也可以在電視直播新聞發布會上看見他們的身影。你可以叫他們秘書或新聞

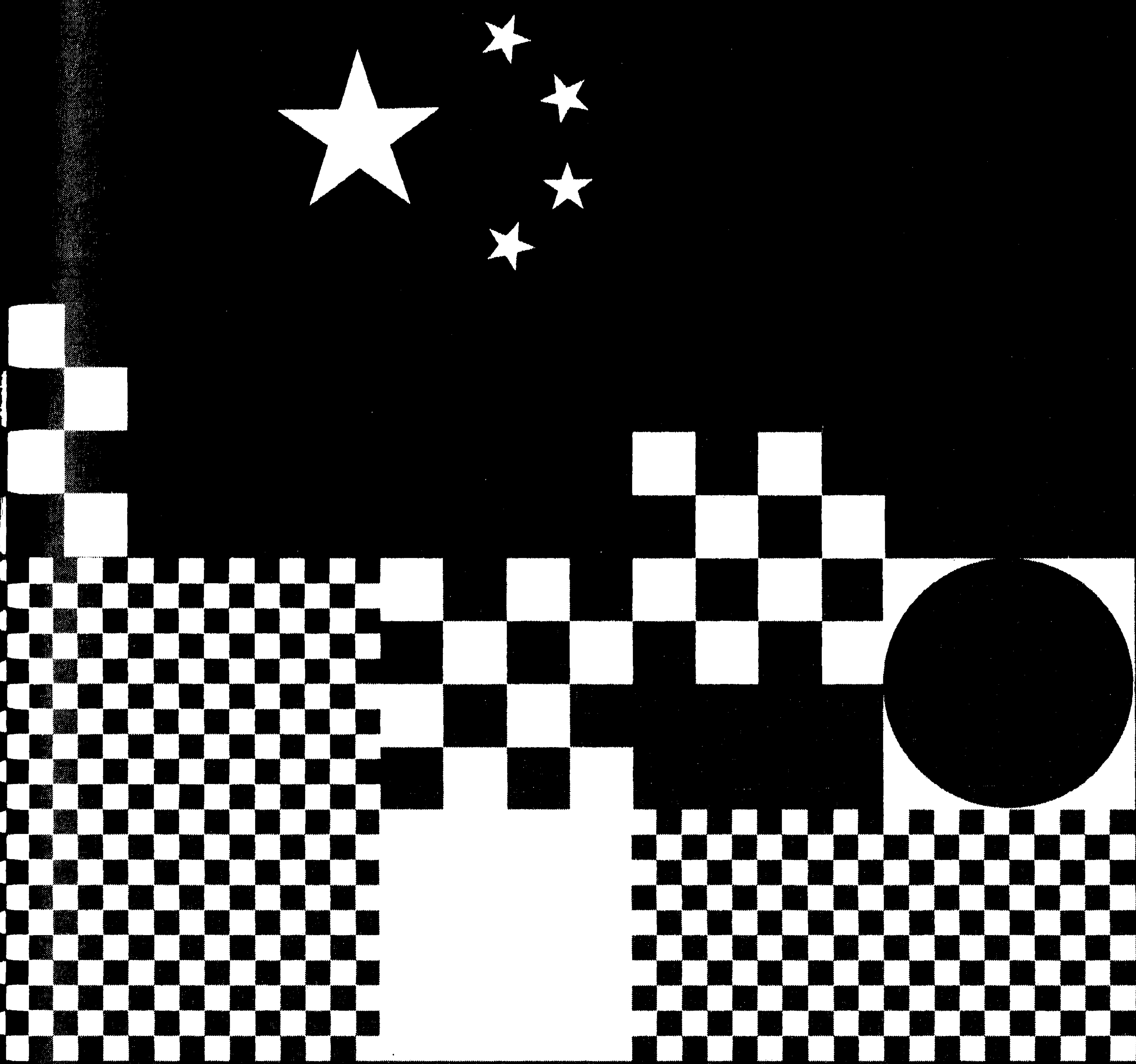
助理，也可以稱之為翻譯，還可以稱之為研究員或分析師，但就是不能叫記者。……按（中國）政府有關規定，他們只能做『輔助性工作』，但事實上，如果離開了他們，大多數外國媒體駐華機構很可能就無法運轉了。他們就像私生子，你不能否認其存在，但是合法地位卻不被承認。」[68] 所謂「有色眼鏡」，應該是指這些外國媒體雖然得到了資訊，卻不會完全按照中國政府的意志撰稿。

在中國官方看來，注重「第三陣營」，即常說的「中文外宣」，使之與「內宣」共同形成對外傳播體系，在一些重大政治話題的報導上，巧妙利用海外中文媒體亦中亦西的角色，可以獲得一定程度上的資訊緩衝，「對於消弭西方社會對中國大陸社會及政府的誤解，以及粉碎一些集團的陰謀有著『四兩撥千斤』的作用，這也是『巧實力』的體現」。[69] 以下這個例證應該算是巧實力的體現：

2014 年 10 月 3 日，在香港民間民主人士發動「占中運動」（占領中環運動）期間，遍布世界數十個國家的 142 家海外中文媒體聯合發布〈百家海外中文媒體保衛香港宣言〉，力挺中國當局強力壓制占中運動。[70] 據調查，領銜的海外中文傳媒合作組織是中共控制的社團，由中共在香港的黨媒《文匯報》發起，於 2009 年 10 月成立，其時擁有 87 家媒體成員，覆蓋全球五大洲、27 個國家和地區。這次海外中文媒體連署力挺共宣言之舉，被中國媒體人戲稱為假外媒集體站台，香港資深媒體人程翔則視之為「大外宣計劃」拿出的「最出色的成績單」。[71]

第四章

香港回歸後媒體的喉舌化



中共要求香港媒體謹守的「危機守則」：

「在危急時期，協助政府執行應急措施成為媒體的首要任務，監督政府則是第二任務，媒體在行使自己的各項權利時要有所謙抑。」[1]

——郝鐵川，駐香港中聯辦宣傳文體部長 2010 年 8 月 20 日談話

2012 年香港回歸中國 15 周年前夕，BBC 記者沃迪恩·英格蘭重遊香港，漫步街頭時，他吃驚地發現，不少香港人重新拉出 Union Jack 米字旗。這不是一般的英國國旗，是殖民時期的香港旗：深藍色的背景上，最醒目的是大大的香港盾徽，「米字」只占旗子左上方一個角落。這位記者立刻意識到，香港人拉出象徵英國殖民時代的香港旗，是在表述自己的身分認同、審視歷史、展望未來。2014 年香港占中運動發生期間，也有一些香港人在社交媒體上表達自己不想做中國人，想做大英國協的「女王臣民」。所有這些，都表達了港人對「一國兩制」下的香港現狀極為不滿：在英殖民時期，香港人無民主，但卻有自由、法治；九七回歸之後，不僅沒得到民主，原有的自由尤其是新聞自由也在嚴重衰退。相較之下，不少香港人認為，回歸祖國懷抱，還不如做英女王臣民來得自由。

一、港英時代：香港媒體的自由繁榮時期

香港原屬廣東省寶安縣（含今日深圳市一帶），鴉片戰爭

以後，清政府被迫將其割讓給英國。在此後的一個半世紀裡，中華文化與宗主國英國文化——西方文化在香港碰撞、交融，逐漸形成了頗為獨特的區域文化景觀。在傳媒領域，香港實行英式新聞自由，其現行報刊註冊法例只管註冊手續而不問報刊內容，給報刊以相當大的自主空間。

受西方新聞理念和報業傳統的影響，香港媒體在傳遞資訊、引導輿論、監督政府、教育民眾、提供娛樂等方面十分活躍。當「文革」時期的大陸報紙上只有一種新聞——政治新聞的時候，香港媒體上已經有比政治新聞豐富得多的經濟新聞、社會新聞、文化新聞、賽馬消息以及林林總總、五花八門的娛樂報導。這種集各種時尚元素於一體的傳媒文化被改革開放後的大陸學者稱之為「商業文化」或「消費文化」，從 1980 年代開始，成為中國大陸地區「流行文化」的先導。

香港與台灣的情況不同，從港英統治時期開始，香港就存在著自由媒體與中共直接投資開辦的媒體，後一類媒體香港稱之為「中資媒體」。早在 1949 年中共建政前後，中共就在香港媒體界謀篇布局，多年來陸續開辦了不少媒體，如《文匯報》、《大公報》、《經濟日報》、《商報》和《香港經濟導報》等，都是中共全資在香港開辦的報刊，《中國評論》幕後亦有國台辦支援。[2] 90 年代中期在香港創辦的鳳凰衛視，負責人劉長樂則有解放軍背景。從 1990 年代中期開始，這些媒體的身分在香港媒體業中盡人皆知，都稱之為「左派」媒體。隨著中共政治勢力對香港的控制增強，各種新開辦的中資媒體在香港攻城掠地，不斷擴大地盤，在這些媒體當中任職的人，也從不諱言其真正的老闆是中共。

1997年香港「回歸」中國之前，香港的自由媒體與中共在香港的喉舌媒體之間涇渭分明，無論是報導取材、價值取向等均有很大不同。

在一些重大題材上，自由媒體也敢於和中共的喉舌媒體叫板，載入香港媒體業歷史的重大事件有1963年《明報》與左派報紙之間的「褲核論」之爭。1963年10月，時任中國外交部長的陳毅接見日本記者代表團發表「核褲論」，聲稱「不管中國有多窮，我當了褲子也要造核子！」査良鏞（即著名武俠小說家金庸）立即在《明報》發表題為〈要褲子不要核子〉的社論，反對在國民普遍貧窮的情況下造原子彈。此論一出引起軒然大波。香港《大公報》、《文匯報》、《新晚報》、《香港商報》、《晶報》等左派報刊猛烈圍攻《明報》。《明報》針鋒相對地繼續發表〈我們關於褲核問題的十點立場〉社論，甚至不惜以全部版面闡述對「核褲論」的立場。左派報紙在「核褲論」中的表現不佳，遭到新華社主管廖承志的批評，左派報紙不得不停止論戰。[3]

這種格局至「九七大限」逼近漸漸改變。儘管在1990年代初期，中共已開始通過資本滲入，對香港媒體重新布局，但最初幾年仍然還保持著港英政府治下的香港新聞自由傳統，江澤民教訓香港記者被媒體大肆嘲弄就是一例。2000年10月27日，香港特首董建華到京述職，9位香港記者前往中南海採訪，江澤民不滿香港女記者張寶華一直追問江主席「是不是已經欽點了董先生連任特首」，將在場記者狠狠教訓了一頓，怒斥香港記者水準不高、喜歡以西方的手法處理新聞、批判國家，膽敢在曾與美國著名記者華萊士談笑風生的國家最高領導人面

前「班門弄斧」。採訪之後，江澤民訓斥香港記者的畫面在香港兩大電視台輪番播出，勸勉張寶華要「悶聲發大財」，too young（太年輕）、too simple（過於簡單）、sometimes naive（有時很幼稚）等橋段成了香港媒體（親中媒體除外）諷刺江澤民的經典橋段。[4] 一位大陸雜誌主編當時正好在香港訪問，看了這些報導之後，回來向我抒發感想：「香港媒體簡直太自由了。如果有大陸記者這樣問，牢底坐穿是最輕的處罰。」

二、九七回歸後：香港媒體漸套枷鎖

到 1997 年回歸之後，中共日趨嚴厲地控制與香港媒體的「自律」（即自我審查），以及大量有中共背景的商界大佬收購媒體，使得香港的新聞自由度嚴重受損。

香港的新聞自由體現在媒體業進入門檻相當低，有錢有心者都可以辦。從數量上來說，香港媒體相對於總人口來說仍然非常多。截至 2017 年 8 月 31 日，香港傳播媒介除有 55 份日報和 619 份期刊（當中包括多份電子報章），還有 3 家本地免費電視、2 家本地收費電視、15 家非本地電視、1 家政府電台，以及 2 家聲音廣播持牌機構。[5]

體現香港媒體受到大陸影響的主要觀察是香港媒體的自由度下降。香港的自由傳媒制度是港英政府管治遺留下來的重大成果。這一成果自「九七回歸」以來，逐漸受到破壞。據美國「自由之家」公布的 2009 年度及 2010 年度「世界各國新聞自由度調查報告」，由於北京對港媒施加越來越大的影響力，香港新聞自由度被從「自由」降為「部分自由」。[6]「無國界記

者」（RSF）歷年公布的全球新聞自由指數，也呈逐年下降趨勢：2011 年在全球排名第 34 位，尚屬「接近自由區域」，以後逐年下降；2016 年排名第 69 位，進入「新聞受限制區域」；2017 年度下降 4 位，排名第 73 位。[7]2014 年 4 月，香港記者協會發布了首個「香港新聞自由指數」，指出香港目前的新聞環境令人擔憂：在 0 至 100 分的滿意程度範圍內，公眾和從業人員對新聞自由的評分都低於 50 分。[8]

1、「九七回歸」之後香港傳媒的受控和自律

香港媒體的淪陷，一直是香港民主人士與知識分子等有良知人士，深感痛心疾首的事情。在回歸前夕的 1996 年，香港城市大學英文與傳播系系主任李金銓曾寫過一篇〈香港新聞自由十二問〉，這篇文章先設問，再用事實對這些問題做了否定的回答。比如北京強調「一國」，香港希望保留「兩制」，極有可能導致「一國」以強權之勢壓倒「兩制」；香港商界大佬「揣摩上意」收購香港媒體，「替北京收拾一些難纏的言論堡壘」，將改變言論自由的底線。回歸六年之後的 2003 年，作者再寫一篇〈香港新聞自由十二問〉，對 1996 年提出的問題一一檢視，證明當年的憂慮後來都成為香港的現實。[9]

香港著名的民主鬥士司徒華先生在世時曾多次指出，「目前香港的傳媒，包括電台、電視、報章、雜誌等，不是受到（中共）控制和自律的，已極少數。即使是一些貌似中立（在香港，「中立」指不親北京）的，也不過是小罵大幫忙，在仍有一個自由市場規律中，去欺騙讀者而已。一個共通的特點是：支持

政府、抹黑民主派、對中國事事避諱而不報導負面消息。」他曾總結了中共在香港控制傳媒的諸種手法：「通過親共富豪，與中國有密切利益關係的商家，收購了傳媒。透過親共商界（特別是樓房地產業），給予或不給予刊登廣告。給予獨家政府新聞，或不邀請參加非正式的『放料』會議。給予可以接受國內訂戶的引誘。收買編輯和記者，或以親共人員滲透傳媒機構。限制回大陸採訪，拘捕監禁回大陸採訪的記者。」[10]

其他媒體業者的分析也佐證了司徒華先生所言非虛。2007年，香港記者協會與香港嶺南大學公共管治研究部曾就香港回歸十年後傳媒的狀況做過一項調查。該項調查訪問了500多位新聞工作者。調查結果顯示，新聞界目前面對最主要的問題，除了新聞流於表面化、血腥、色情及煽情之外，更令人關注的調查結果是「九七回歸」後新聞自由倒退。

調查結果發現，58.4%的受訪新聞工作者認為，新聞自由的情況較1997年香港主權移交中國前的情況出現倒退。主要原因是業界出現自我審查，其次是香港政府對資訊發放加強了控管。有接近6成的受訪新聞工作者認為，業界的自我審查情況較十年前嚴重，主要表現在淡化有關中國政府的負面消息，凡北京認為敏感的消息以及有關媒體老闆或其相關利益的負面消息不能見報。在受訪者當中，30%承認在過去一年曾經發生自我審查的情況，有40%的受訪者表示，知道有業界內的同事或管理層出現自我審查的現象。時任香港記者協會主席的胡麗雲認為，實際情況可能較調查結果的資料更為嚴重。[11]將近50%的市民承認，傳媒在批評中央政府時有顧忌，但批評特區政府時顧忌不多。[12]2010年4月，香港大學民意研究計劃公布

最新調查結果，48%受訪者認為香港新聞傳媒有自我審查，59%的人認為傳媒在批評北京中央政府時有所顧忌。[13]

更有媒體調查將香港傳媒自我審查的表現歸納為如下幾類：一，社論、新聞報導偏向為某政策或政黨護航，批評民主派人士或對其進行人身攻擊。二，以不敬方式稱呼台灣政府及其官員，甚至對他們施以侮辱。三，大幅報導中共在各方面的正面訊息，如神舟五號等；但對如「六四」、「七一遊行」等新聞，予以隱晦處理甚至不作報導。[14]

在 2014 年 4 月香港首次進行「新聞自由指數」的調查，受調者分為公眾人士和新聞工作者兩大部分，訪問了超過 1000 名民眾和 422 位記者、編輯、採訪主任等媒體人士。調查內容當中，有一項引人注目的「傳媒自我審查」這一問題的調查，媒體人認為自我審查現象已十分普遍。在新聞從業員的問卷中，設置了一項「如何評價香港政府官員在回應媒體提問時的態度」，0 代表絕對迴避問題，10 代表絕對如實作答，數字趨向負面，有 74%的受訪者都給出 4 分以下的評分，平均數字為 3.1。在關於香港新聞自由受到打壓時港府是否會挺身維護的問題上，超過 70%的被訪人都回答「多數不會」或「一定不會」。[15]

2、「愛國富商」辦媒體熱情「突然迸發」

中共對香港媒體實施控制，主要是支持親共商人收購報紙、電台，把自由媒體變成中共間接控制的媒體。

◎香港媒體多染紅

1960 年代開始，香港文人辦報蔚然成風。「九七回歸」以後，這一傳統被商人辦報取代，親共商人、中央財團亦逐漸進占香港輿論陣地。綜觀香港絕大部分主流媒體（17 份中英文收費及免費報章、6 家電視台、3 家電台）的老闆或高層，均由北京委以國內公職，或由特區政府授以勳銜，或是在大陸經營龐大生意，這是中國政府與香港商人之間的「恩庇侍從」關係，移植到香港媒體的表現。

在香港，親中媒體主要分為兩種，一類是直接擁有中資背景的媒體，如《大公報》、《文匯報》、《香港商報》、鳳凰衛視。在 1990 年代以前，這一類媒體的負責人多由中共香港地下黨員擔任，如李子誦任《文匯報》社長多年。但自九七回歸之後，這類媒體的負責人多由北京直接派員擔任，比如《文匯報》社長與董事長直接由新華社派過來的張國良（全國政協委員）、[16] 王樹成（新華社北京分社社長、《經濟參考報》總編）[17] 先後擔任。現任《大公報》董事長兼社長姜在忠為前新華社內蒙古分社社長、前新華社服務局局長。[18] 不過，這些報紙在香港的公信力極差，從 1997 年至 2009 年，香港中文大學新聞與傳播學院院長蘇鑰機，曾四度就香港市民對傳媒可信度認知做過調查，每次《大公報》與《文匯報》均列倒數第 2 以及第 3 名。[19]

另一類是近年趨向親中的媒體。香港回歸之後，香港商界巨頭突然增添了投資媒體的喜好，不少人開始收購媒體，其用意正如李金銓所說，是「替北京收拾一些難纏的言論堡壘」。

這一類媒體或是其持有者與中國本來就有密切的關聯，或是媒體與大陸有部分生意來往，其立場當然是向北京靠攏。中共為了籠絡這些擁有媒體的商界人物，往往給予其政治榮銜。《星島日報》、《頭條日報》、英文報章 *The Standard* 所屬的泛華集團控股有限公司主席何柱國，2003 年被北京委任為全國政協常委；2004 年，該集團旗下報章《星島日報》行政總裁兼《頭條日報》社長盧永雄，獲香港特區政府頒銅紫荊星章。其餘如《經濟日報》集團主席馮紹波為全國政協委員、2003 年獲頒金紫荊星章。擁有《東方日報》及《太陽報》的東方報業集團主席馬澄發，於 2003 年獲北京委任為全國政協委員；同年，馬澄發再獲頒銅紫荊星章。[20]

與《文匯報》、《大公報》同列為「三大愛國報章」的《香港商報》母公司，聯合出版集團主席李祖澤是全國政協委員，1998 年獲頒銀紫荊星章。有線電視母公司九龍倉集團主席吳光正，全國政協常委、1998 年獲頒金紫荊星章。長江實業集團有限公司主席李嘉誠，2001 年獲頒大紫荊勳章，其副主席李澤鉅（李嘉誠長子）是全國政協常委。長江實業與和黃共同持有新城電台的股權。電視廣播有限公司主席邵逸夫爵士及前助理總經理黃應士於 1998 年獲頒銀紫荊星章。亞洲電視前行政總裁陳永棋，全國政協常委、2000 年獲頒金紫荊星章。《香港經濟日報》總編輯陳早標，於 2007 年獲銅紫荊星章。

即使沒有公職或勳銜，但在國內營商、有經濟利益的有以下媒體：《南華早報》所屬的嘉里集團主席、馬來西亞華人郭鶴年於 1989 年「六四事件」後，大舉投資中國房地產及飯店生意，被稱為 90 年代中國最重要投資者之一。免費報

紙《am730》創辦人施永青的地產生意，在大陸有過萬名職員。[21] 由於在中國大陸有極大的利益牽制，這些媒體的立場當然會隨其老闆的態度而發生變化。

被收購的媒體當中，以《星島日報》為例，該報由東南亞華僑富商胡文虎於 1938 年創辦，總部設於香港，在美國、加拿大、英國及澳洲等地均設有分社。2004 年，胡文虎女兒胡仙把《星島日報》股權賣給泛華集團，該集團由親中色彩濃厚的何柱國（全國政協委員）擁有，並易名為「星島新聞集團」，其立場更加親共，社論常見支持北京政府。[22] 此外，1995 年 10 月，和北京關係密切的馬來西亞華商張曉卿收購了《明報》，此後《明報》的立場轉為親北京，[23]《明報》旗下多份消閒刊物，都在中國各主要城市發行。[24]

這種收購，香港資深媒體人程翔認為是中共重構香港媒體布局的五張牌之一。香港中文大學新聞與傳播學院教授李立峯認為，中國政府慣用統戰方式，收編與中國有生意利益聯繫的媒體老闆。雖然這些老闆不一定參與日常新聞運作，但能透過人事調動、升遷和資源調配的方式影響媒體，並造成編採部可能出現主動自我審查的風氣。李立峯提到，要確定這些事件出於政治考慮非常困難，但「只要記者視之為政治原因，以上這些決定會暗示什麼可以做，什麼不可以。換言之，這些決定能有效地決定新聞報導的規則。」[25]

◎香港兩大電視台的 CCTV 化

2010 年 3 月，香港榮豐控股董事長、全國政協委員王征高調宣布入股亞視，成為亞視第七代掌門人，並與多家在香港

上市的中國國有企業，例如中國人壽、招商銀行、中國建築、粵海控股及北京銀行簽訂戰略合作協定。有中資商人聲稱，在王征有需要時會提供數十億元資金，知情人士透露，這些錢都是「共產黨的錢」。

亞洲電視是香港兩大免費電視台之一，在香港有許多觀眾，王征在簽完協議後，難掩喜悅之情：「感謝天、感謝地、感謝命運讓我們相遇，香港不能沒有亞視。」在北京接受採訪時，王征聲稱，將用職業生涯的最後二十年，打造亞洲CNN。這一消息公開後，輿論普遍擔心中資入股亞視，會改變香港傳媒的生態。立法會資訊科技及廣播事務委員會副主席李永達認為，這次情況較之前亞視由單一親北京人士擔任大股東不同，不僅僅是老闆親北京，還有幾間大國企做他的合作夥伴，雖然不是直接注資，但已明確會給亞視廣告，日後亞視的收入來自國有企業，變相成為由北京支持的「中央台」，令人擔心亞視立場更緊跟中央。[26]

2011 年 1 月，與李嘉誠有深厚淵源的陳國強牽頭組成的財團拿出 100 億港元，收購香港無線電視（TVB）的股權，取得了控制權。股東包括股壇名人陳國強，已故台灣首富台塑集團創辦人王永慶的女兒、有「台灣女首富」之稱的王雪紅，以及美資私募基金「普羅維登斯私募企業」（Providence Equity Partners LLC），其中以陳國強所占的股權最多，據報超過 50%。[27]

香港記協主席麥燕庭等早就公開指出，亞視早已被戲稱為「央視第十台」，即中國中央電視台第十台，而 TVB 也被戲稱為「CCTVB」。2009 年更有民眾在維多利亞廣場的六四燭

光晚會上，抗議 TVB 迎合中共，淡化處理六四晚會。[28]

◎媒體不親中共，廣告財路斷絕

中共對香港媒體還實施一種軟控制方式，哪家媒體不聽話，就減少甚至中斷廣告來源。用這種手法卡住市場導向的媒體，讓他們自我審查，不敢得罪中共。業內都知道，不僅香港的中資企業絕對不會在《蘋果日報》登廣告，即使想在中國大陸做生意的企業主，因為怕得罪中共，也不敢在《蘋果日報》上登廣告。媒體老闆因為擔心廣告不上門，根本不敢登會得罪中共的新聞，因為一旦被中共點名，廣告主就全嚇跑了。有些傳媒基於廣告市場業務等各方面收入來源，會自動奉上香港的言論自由的空間。[29]

久而久之，香港媒體老闆也學乖了，為不影響市場銷售，不能過於顯露親中立場。他們面對中共問題或是香港政府問題，往往會以「小罵大幫忙」的方式處理，也就是表面上好像在批評，但其實是在幫忙澄清，既不被讀者一眼看穿親共立場，又不得罪中共。香港傳媒研究學者黎佩兒認為，媒體在政治取向上趨向謹慎既是因為「人們厭倦政治」，從商業考慮減少政治報導，這種「政治謹慎和商業主義其實是一枚硬幣的兩面」。[30]

登廣告這種商業活動，被中共做成了政治誘餌，這把戲也瞞騙不了港人。香港立法會議員毛孟靜就直言，像中國銀行等來自中國的大客戶都不去《蘋果日報》登廣告，是中共想藉此表明態度：「我看你還可以撐多久。」

對於「自家人」，中共有各種方式照顧。比如香港政府延

遲三年不發免費電視牌照，以免被紅色商人入主的亞視、TVB廣告收入減少。結果是這兩家無線電視台占收視人口的九成以上，廣告幾乎被這兩家電視台壟斷。2011 年 TVB 被紅色資本買下，次年以「大台」優勢（獨占），廣告費上漲 25%。[31]

在媒體老闆或者媒體本身與大陸就有密切的聯繫之時，港英政府統治留給香港的新聞自由不免逐漸喪失。香港社會創投基金行政總監梁淑儀曾在電視台擔任過記者、主播及編導工作十餘年。坦言回歸之後，香港傳媒在追求商業利益時犧牲了社會責任，整體公信力逐漸被蠶食。她指出，「一起嚴重車禍、一場超級大火、一宗世紀官司，香港的傳媒大都盡心盡力報導，甚至奉旨煽情，表揚有愛心的或狂轟冷血無情的」。但是，觸及政治或權貴等敏感話題時，就呈現了另外一副面孔，「當權者包括政府和各大小企業集團和公營機構等，卻愈來愈重視如何應付傳媒，努力學習『應對』記者而期望自保」，當自我審查成為傳媒行業的「白色恐怖」後，「就連本身從事傳媒的也不禁懷疑：『今天的傳媒仍可發揮既廣且深的影響力、為社會帶來真、善、美？』」。[32]

3、《南華早報》終成大外宣一員

在老闆這種趨利與討好北京的心態下，再傑出的報人也很難堅持下去。2011 年 3 月底，香港的英文報紙《南華早報》主編蔡翔祁去職。原因就是該報老闆郭鶴年對蔡主導的一些有關中國的報導不滿意，比如維權律師遭到逮捕拘押、《南方都市報》系的長平因發表文章而遭到整肅等等。[33]

創辦於 1903 年的《南華早報》一直是一份相當獨立的報紙，在香港，東亞，東南亞甚至中國大陸的英文讀者中，都有相當的影響力。跨國傳媒大亨魯伯特．梅鐸（Rupert Murdoch），在 1987 年將已經上市掛牌的《南華早報》私有化後再重新上市。1993 年，這家報紙被馬來西亞華裔富翁郭鶴年買下，從此立場改變，開始了跑馬燈式的撤換總編輯。自 2000 年開始，《南華早報》已走馬換將七位總編。原因自然是老闆郭鶴年不滿意。郭鶴年在大陸有巨大的投資，據說其在中國大陸的投資已經超過 50 億美元，涉及糖業、飯店、地產、船運、保險、媒體、鐵路運輸、港口等諸多行業。在北京和其他城市的五星級酒店香格里拉飯店，都是郭鶴年公司旗下企業和實體。[34]

蔡翔祁作為一名報人，曾在《亞洲華爾街日報》任主編七年之久，新聞專業水準上乘。但接手一份由親北京富商控制的英文報紙，難度比中文大得多，因為兩者面對的讀者與競爭對象完全不同。在香港的中文報業中，親共媒體已經形成一個利益共榮圈，向北京獻媚的話說出來習以為常。而英文報紙如果照搬中文媒體風格，不僅無法與同業競爭，甚至會淪為笑柄。這也是蔡翔祁任職郭鶴年掌控下的《南華早報》，雖然知道老闆價值取向，卻有時不得不報導一些在他看來無關緊要新聞的原因。

2015 年 12 月 11 日，阿里巴巴以 20.6 億港元將《南華早報》及旗下媒體全部收購。除此之外，阿里巴巴還收購了 *HK Magazine*、*Esquire*、*Cosmopolitan*、*The PEAK*、*Elle*、*Harper's BAZAAR* 等英文媒體。[35]《南華早報》是香港銷量最大、東南

亞影響力最廣的英文報紙，馬雲又是與中共高層權貴有密切關係的商人，此舉自然成為海內外共同矚目的話題。

馬雲不惜投入重金的購買（收購價高於比美國亞馬遜的傑夫·貝佐斯〔Jeff Bezos〕2013 年收購《華盛頓郵報》），以及不考慮盈利的經營模式（從 2016 年 4 月 5 日起，《南華早報》線上版和手機版開始免費），以及馬雲「對於公司會不會賠錢並不是太在意，培養讀者才是更重要的一環」的宣示，[36] 完全不像商業經營模式，更像是中國政府的大外宣模式。

三、香港媒體的「喉舌化」趨勢已不可逆轉

面對「九七回歸」之後香港新聞自由度倒退的情況，新聞從業人員產生普遍的無力感。在保護香港新聞自由的博奕中，媒體業者能夠依仗的只是自己的職業道德與民眾自發的支持，打壓者均是香港行政當局，背後還有來自北京的強大支援，有的人還遭遇暴力威脅。因此香港媒體業在保護香港媒體自由的戰鬥中處於且戰且退的狀態。

1、香港特區政府為言論自由設限

香港特區政府發言人在回應時強調，新聞自由是市民與社會的基本權利，也是香港核心價值之一，特區政府會繼續按照《基本法》及「一國兩制」原則，維護新聞自由。香港特首候選人必須得到北京支持才有可能登上特首寶座，這一「命運」從 1997 年香港回歸中國就已經註定。自 1997 年之後幾任特首

選舉，基本是循這個套路選出。權力只對權力的來源負責，特首與特區政府的產生既然必須要以尊重北京的意旨為前提，其秉承北京旨意干預香港的新聞及學術自由也就是其職責之內的事，只是個「溫水煮青蛙」的漸進過程。

香港有個媒體專業網站「傳媒透視」，設有一個「新聞自由及操守」的專欄。由於香港媒體自由度逐年下降。我希望瞭解一下香港傳媒學者及傳媒界對此的看法，找到此網站，經過查詢發現，相關研究極少。只有十多篇涉及香港新聞自由下降這一議題的文章，而且主要是學者個人的觀察與個案的列舉，沒發現有相關的學術調查報告。在重視做調查報告的香港學術界，這種「冷漠」本身就說明這是一個敏感禁區，王祿霞在〈香港傳媒的十年春秋〉中觸及傳媒業者被迫自我設限問題，證實了我的猜想。以下是王祿霞女士的調查記述：

香港電台「傳媒春秋」節目在香港回歸 10 周年時曾想做一項調查，其中涉及到香港傳媒如何自我設限，畫上禁區，對北京認為敏感的問題不再報導或討論的內容。沒想到記者在採訪同行時處處碰壁。該節目的導演曾邀約多位資深同業，希望他們接受訪問，可是竟無一人願意，「有些只冷笑一聲說：『祝你好運』」，「你找到願意說話的個案再說吧」。最後，該節目製作人總算找到一位願意說實話的人——從事新聞工作超過二十年、曾服務多間傳媒機構的黃華輝，道出了傳媒機構自我審查的多個例證。例如，2002 年，香港特區政府推出有關《基本法》第二十三條諮詢文件，時任律政司司長的梁愛詩曾威脅新聞界說：「其實張刀已經在你頭上，不過無人去看這張刀」。

黃華輝說：「我的上司收到梁愛詩新聞官來電，說可不可以省去這一句，他很聽話 cut（剪掉）了，就這樣我們的新聞沒有這一句說話了，這是一個很大的自我審查。」黃華輝還舉例說，2003 年「七一遊行」有 50 萬人參加，現場高呼「董建華下台」的聲浪很高，但記者卻把電視畫面呼叫「董建華下台」的聲量降低。「記者為何要這樣做呢？因為知道始終不能過關，如果等到快播出時才按上司指示剪走該段會來不及了，反正那樣倒不如先自行處理，將聲量調低」，這是記者在香港日益惡劣的政治環境中無奈地自我審查。[37]

香港傳媒業者的自我審查當然不是杯弓蛇影，而是在中聯辦的威脅、香港特區政府的直接調控、中共直接控制或者間接控制的左派報紙的圍攻之下的必然反應。香港特區政府在干預香港新聞自由與言論自由方面扮演了什麼角色呢？應當說是越來越粗暴的干預。2011 年 7 月 1 日，香港人民發動「七一大遊行」，香港警方當晚強行帶走在現場工作的香港人權監察組織總幹事羅沃啟，並拘捕了新唐人電視台實習記者蔡小姐，香港網上電台「Green Radio 青台」的公民記者張大衛，也因未能出示採訪證件而被警方拘捕，警方還用胡椒噴霧襲擊了 19 名記者。香港記者協會就此發言，認為北京在鞏固自身權勢的同時，對香港的言論自由及不同政見的容忍度下降。[38]

但 7 月 1 日這種干預，與一個多月後中國國務院副總理李克強到訪香港的干預相比，又只能算是「小巫見大巫」了。李克強 2011 年 8 月 16 日到訪香港三天，前後約有 20 多項公開活動，香港政府只安排傳媒採訪其中的 10 項活動，其餘皆是

通過特區政府新聞處發稿。由警方以保護黨政要員安全的名義隔離記者，並以政府發通稿的形式報導黨政要員活動這種形式，大陸媒體業者已習以為常，但在香港這種情況卻前所未有。

對此，香港浸會大學新聞系助理教授杜耀明發表〈高牆處處——倒退中國的香港新聞自由〉一文，感歎說：「李克強訪港的保安安排，正是如此雙管齊下，既嚴密限制採訪自由，也同步打擊公民表述自由的空間」，「由壓制言論自由到新聞包產到戶，由阻撓新聞採訪到牢控突發事件資訊，近日又有亞洲電視高層侵犯新聞部編採自主等事件有待查明。各項嚴峻挑戰橫陳，猶如十面埋伏」。杜耀明認為，對新聞自由的限制已經侵擾公共空間，扼殺新聞預警作用，香港新聞自由面對嚴峻挑戰。[39]

2、「不服從者不得食」與人身安全威脅

對於那些堅持不看北京眼色行事的記者，得到的待遇主要是「不服從者不得食」。香港電視台主持吳志森的遭遇比較典型地反映了香港當局與媒體看北京眼色行事，對記者運用「溫水煮青蛙」煎熬的方式對付。

◎打壓記者形成「寒蟬效應」

這種打壓最常見的方式是用「卡住媒體業者的胃」的方法，即用敲掉飯碗的方式逼新聞人員就範。「香港電視台」有個「頭條新聞」節目，由吳志森、曾志豪主持。兩位主持人向

來以嬉笑怒罵的主持風格批評香港時政與港府實施的政策優缺點，引起有親建制派（即親北京）傾向的該電視台廣播內容處處長黃華麒關注，黃於2010年曾企圖解除兩位主持人的聘約。但此舉引起香港民眾不滿，認為黃華麒干預「香港電視台」媒體的自主性、中立性與公正性，故有觀眾到「香港電視台」總部前表達對黃的抗議。最後電視台決定將吳志森與曾志豪兩人的主持約延到年底。[40]

香港業界認為，中共控制媒體，除了在人事、新聞內容設限之外，還有法令在背後壓迫。

2007年7月，台灣新聞記者協會會長陳曉宜在參加「檢視香港回歸十年座談會」上發言，指出《香港基本法》第二十三條定義當中，包括「特別行政區應自行立法禁止任何叛國、分裂國家、煽動叛亂、顛覆中央人民政府及竊取國家機密的行為」，雖然是種比較籠統的概括，但如同過去台灣的《戒嚴法》、《刑法一百條》所發揮的作用一樣，讓政府有機會入人以罪。根據香港記者協會調查，58.4%的香港新聞從業人員認為，香港新聞自由倒退主因在「自我審查」與「政府控管資訊」。目前中國大陸不僅特別限制港澳記者採訪，還任意以刑法、保密法、國家安全法等名目逮捕記者。目的是要嚇所有的香港媒體，告訴他們，「你不乖，我就把你關起來」，藉此形成「寒蟬效應」。[41]

抓捕香港記者方面，最著名的案例就是新加坡英文《海峽時報》首席中國特派員程翔事件。程翔被捕之後，北京當局一直未對外界拿出合理的解釋。2006年8月31日被中國北京市法院以「間諜罪」罪名判處五年刑期。北京當局透過新華社發

稿述及案情，指稱「程翔在擔任新加坡《海峽時報》駐台灣記者期間，通過參加台灣某基金會的時事研討會，與該基金會的薛某、戴某結識。自 2004 年 5 月至 2005 年 4 月間，程翔在明知該基金會是間諜組織、薛某和戴某是間諜組織代理人的情況下，仍按照薛、戴布置的任務，以傳真、電子郵件等形式，將他從北京等地採集到、涉及國家秘密及情報的有關文字材料提供給薛某和戴某，並用化名獲取酬金港幣 30 萬元」，「北京市第二中級人民法院認為，程翔接受間諜組織代理人的任務，積極搜集中國國家秘密、情報，並提供給間諜組織，其行為已構成間諜罪」。

香港媒體界認為，這篇官方報導並沒有交代程翔案的「國家機密」是哪方面內容，比如究竟是涉及軍事機密，還是對台機密。也沒有詳細說明程翔是從什麼管道取得這些資料，以及這些資料是不是從未公開過的資料，只以一句「他人從北京等地向其（程翔）提供的涉及國家秘密及情報的有關文字材料」作交代，指證極其模糊。

因此，香港新聞行政人員協會表示，判詞中沒有充分交代程翔一案所涉及的機密資料性質，令人擔憂香港記者在中國採訪時，所掌握的新聞材料與政府所界定的官方機密之間的界線如何釐清，這樣會令記者壓力大增。協會要求有關方面，就此作出更合適的詳細說明。時任香港記者協會主席胡麗雲亦認為，中國司法執法部門對國際間諜及國家秘密的定義不清晰，記者及公民易墮法網，事件令人對中國的新聞自由失信心。媒體圈更是擔心，這對其他記者威脅很大，去中國採訪都要小心，不符合要求恐怕就要招來牢獄之災。[42]

◎利用黑社會勢力威脅記者人身安全

近年來，香港記者在中國採訪遇襲之事也頻繁發生。前些年的被毆打出於非政治原因，如 2005 年 2 月 12 日一群記者在北京採訪一起涉及港人死亡的交通意外遭人攔阻，期間香港電台一名記者遭到毆打；[43]2006 年 5 月 22 日香港有線電視台等幾家媒體採訪深圳富華美容醫院，該醫院不願自身使用禁藥之事曝光，故雇傭打手痛毆記者。[44] 在這些非政治性原因引致的記者遭毆事件中，香港特區政府還願意表示關切。但越到後來，香港記者在中國大陸採訪遭受毆打的原因越政治化。例如，2009 年 9 月 4 日，新疆烏魯木齊發生示威，三名香港記者在現場跟蹤拍攝，被烏市當局指為煽動鬧事，出動員警毆打並扣留記者。[45] 凡涉及這類事件，特區政府的態度就比較曖昧。

最令香港新聞界人士憂心的是，不少媒體和新聞工作者遇上難以溯源的風險。多名傳媒高層或東主在近年遇襲，例如：2013 年《陽光時務》老闆陳平遭兩名男子擊頭；免費報章《AM730》東主施永青 2013 年駕車時車窗遭鐵鎚打破；2014 年《明報》總編輯劉進圖背部及腿部被砍了六刀。網媒「主場新聞」東主蔡東豪於經營接近兩年後，稱受到來自北京的強大壓力，突然關閉「主場」。[46]

吳志森供職於香港電視台，主持聽眾較多的早晨烽煙節目「千禧年代」，有鋒芒，但不像其他大名嘴那樣，是中聯辦必欲立馬去之而後快的人物。2004 年在鄭經翰與黃毓民被封嘴時，吳志森收到通知，調去主持聽眾較少的「自由風自由 phone」。其後因其擁抱普世價值、倡言民主、自由、人權

法治，經常批評香港的不公不義現象，遭到中共控制的左派報紙攻擊，說他「反中亂港」、「煽動仇商仇富」。這種攻擊從 2003 年開始，到 2011 年，幾家左派報紙一年之內前後發表了 70 多篇文章攻擊吳志森，香港電視台管理層從中聞出意味，不再與吳志森續簽 2012 年合約。[47] 這種方法叫做「卡住異議者的胃」（中國大陸叫做「不服從者不得食」），是中共從 1990 年代開始在大陸廣泛採用的控制方法，如今將這方法擴大用之於香港，以此迫使媒體人「自律」。

2004 年香港三大名嘴鄭經翰、黃毓民、李鵬飛等在政治壓力兼暴力恐嚇之下相繼「自願」封嘴事件，表明香港言論自由的空間被嚴重壓縮。鄭經翰的特色是以言論和行動為市民打抱不平，除了敢言、在節目中敢於挑戰權貴，更擅長發動公民社會運動，組織具體行動，向政府施壓（如保護維港），或實行民間自救（如 SARS 期間的籌募口罩行動），令當局臉上無光。黃毓民的敢言，除了其尖銳的政治批判，更在於他敢於搖旗 喊，讓市民作出行動的抉擇。至於李鵬飛，憑其參政資歷和政商界人脈關係，加上敢言作風，充分反映港人對現政府的不滿和日漸加強的民主訴求，其影響不限於中產及基層，更廣及商界中人和社會上層。

杜耀明評論上述「自願封咪（封嘴）事件」時指出：「與不少自我審查的案例不同，這次封嘴的節目主持人只求人身安全，或者免於受壓，而不是換取實際利益。根據鄭經翰的解說，是有勢力人士自稱代表中央傳話，使他寧願不幹，明哲保身，也不願意轉向導致晚節不保。而黃毓民更明言，倘若洩露行蹤，或有性命之虞。在這種暴力陰影下，既要顧及自己及家人

的安危，亦要保住自己一生清譽，兩位名嘴除了暫別江湖，難道還可以逞匹夫之勇？」「顯然，這次自我審查所突顯的問題，不在當事人的畏縮退後，而在於他們的孤立無援，和日漸惡化的輿論環境。近年來，公眾人物遭滋擾及襲擊的案件近 50 宗，警方能偵破的不到 10 宗。上述兩位名嘴封咪之後，據稱也曾向香港當局說明情況，警方起初說有待當事人報案才能調查，其後又表示調查沒有結果。由事件發生之後，特區政府以至警方都沒有表明會不惜一切捍衛言論自由，也沒有高調回應暴力威嚇事件，保護當事人的人身安全。」[48]

上述事件發生之後，香港傳媒的言論空間一步步收縮。2007 年香港行政當局的主管干預「七一」50 萬人上街遊行的報導，比如不許電視台播放香港市民用蛋糕塗董建華畫像臉部的畫面等等，都令香港記者承受極大壓力。[49] 傳媒業者的自我審查逐漸強化，發展到十分嚴重、甚至不顧新聞業倫理的程度。以下只是一個例證：

香港電台的「鏗鏘集」是個多年的品牌節目，該節目曾於 2008 年 5 月 25 日「大地的警號」一集中訪問四川公益活動人士譚作人。譚作人因為呼籲成都停建石化項目得罪了地方政府與央企這些的利益集團，又與謝貽卉一起發布了《地震死難學生調查報告》（又名《512 學生檔案》），2008 年被中國當局誣以「煽動顛覆國家政權」罪名被判刑。因為起訴書上為譚作人列舉的「罪狀」有一條：「2008 年 512 地震發生後，被告人譚作人多次接受境外媒體採訪，發表了大量嚴重詆毀我黨和政府形象的言論。2009 年 3 月 27 日，被告人譚作人被公安機關擋（原文誤植：應為抓或捕）獲歸案」。

中國四川省地方政府誣譚作人以「顛覆國家政權罪」判刑，輿論大嘩。中山大學教授艾曉明希望提供一點幫助，證明譚作人並未犯起訴書上指控的罪名，於是在 2009 年 10 月 16 日特別赴港，向曾採訪過譚作人的香港電台記者提出採訪要求，結果遭到拒絕。這位香港電台記者不接受採訪的理由是：「公司不同意，會對譚作人案造成負面影響，因為我們還要繼續去大陸採訪。接受妳的採訪，會使我們在大陸的工作更困難」。其他香港記者對這位記者不接受採訪的理由作了補充說明：「記者（作為不帶偏向的、媒體生產者）不接受採訪」。[50]

艾曉明對身處言論自由之地香港的記者不接受採訪的行為深表憤怒，她寫道：「在我眼裡，這裡的理由（記者不接受採訪、老闆不同意採訪、我們還要繼續採訪……），構成了一道消費鏈，它們是我以前不曾思考的，當然也使我第一次開始反思境外媒體作為資訊生產者的另一面：為了採訪地震去採訪譚作人、為了繼續採訪譚作人被審判而隱身沉默；……我看到譚作人變成一道菜、變成搶眼新聞的熱點，作為肉體的譚作人，不見了。」「不僅如此，我們所有這些曾經接受過境外媒體採訪的人，還將面臨譚作人同樣的處境：今天我接受你的採訪，明天我因此被治罪，後天你接著再採訪我如何被治罪的，……譚作人／我都是新聞消費產業上的一道原料、被利用的工具、境外觀眾消費的極權風景，……如果我們只是這樣的玩偶，還有必要接受境外媒體採訪嗎？」[51]

艾曉明的憤怒我完全理解，香港傳媒的「自律」到了這種程度實在難逃「可恥」之指責。美國國務院在「2009 年人權

報告」中，指出香港傳媒出現自我審查，點名批評香港無線電視台（TVB）低調處理「六四」燭光晚會，及南華傳媒旗下的《君子》雜誌臨時抽掉 16 頁「六四」專題報導。該人權報告評估香港形勢時指出，部分傳媒出現自我審查情況，當中大量傳媒機構老闆在中國都有生意往來，令人懷疑傳媒在報導時，是會顧及到老闆的生意利益。[52]

3、港媒「喉舌化」，漸失公眾信任

香港傳媒在一些事情上自我設限、畫上禁區不再報導或討論時，市民知的權力已被剝奪。香港居民對香港主流媒體成為親中媒體的現象表示強烈不滿，將 TVB 與亞視諧稱為 CCTVB、CCATV 與中央十台等，意在諷刺主流港媒過度親近北京而箝制言論自由。更讓港人憤怒的是這些親中港媒對權力的諂媚，它們對港府、保皇黨和親建制派等中共扶植的勢力也歌功頌德，如同對北京中央阿諛奉承一般。[53]

這種無視傳媒職業道德而取媚於北京政權的做法，導致港商辦的媒體公信力日漸滑坡。在傳媒公信力調查中原來居於中位的《頭條日報》（全國政協委員何柱國所有），到 2010 年公信力漸失，有香港人在 Facebook 上發起「消滅《頭條日報》行動」，號召大家「見一份、丟一份，令廣告客戶卻步，土共集團印廢紙無利可圖」。[54]

這種出讓媒體言論空間換取生存的方式，是媒體希望用忍受胯下之辱的方式來求苟活，但最終結果是委屈也不能求全。到了 2012 年，情況更加惡化，北京甚至插手媒體報導，要求

各報挺中共中意的候選人。

這一年選舉特首，出現了前三次未曾出現的情況，即首度出現兩名「親中」候選人的狀況。北京介入特首選舉本是眾人皆知之事，但因為這次情況特殊，導致北京介入的情況更加明顯。在「親中」的兩名候選人當中，北京中意的是梁振英，為了挺梁貶唐（唐英年）。中聯辦不僅直接遊說選舉委員，要求他們支援梁振英。部分立法會議員還遭到中聯辦傳喚，要求其不要投票支持梁涉入的「西九醜聞」調查，以免影響選情。被公開揭露的事例有《成報》篡改劉銳紹以筆名「夫子」發表的評論文章，使其成為「挺梁貶唐」的文章。[55] 中聯辦宣傳文體部部長郝鐵川致電《信報》，質問報社為何常發表質疑中聯辦的報導，為何不支持梁振英。[56] 香港媒體無可奈何地看到，「被指經常與政府唱反調的香港電台，在董建華年代已逐步遭『風乾』。梁振英上場，整治香港電台是其首要政治任務，是報答中央欽點及換取中聯辦脅迫選委轉變的條件」。[57]

媒體喉舌化的趨勢，在香港民眾 2012 年 6 月悼念湖南邵陽六四義士李旺陽的事件中凸顯了出來。2012 年 6 月上中旬，香港居民為了一位六四民運人士李旺陽被自殺案件而聚集多日，要求追查真相。參加者最多時達至 2 萬餘人，規模之大遠遠超過香港特區政府與北京的預期。

香港親中媒體對這次事件採取選擇性報導，比如《東方互動》（東方報業集團所屬網站）在報導示威時，只說示威者衝擊警方，卻不說警方偷襲示威者。但現在傳媒資訊多元化，警方偷襲示威者的場面被人錄製成視頻，在網上流傳。[58] 所有這些，只會讓人感到香港親中媒體在「喉舌化」的道路上越走

越遠，並且導致香港公眾對媒體的不信任，以至於媒體採訪香港市民時，接受採訪者要保持高度警覺，以免被媒體誘導說出媒體想要的說法。比如無線電視 TVB 有個節目「星期二檔案」，三位接受採訪的香港市民，為了讓自己的意見不被媒體斷章取義，成為點綴該台宣傳性節目的「花瓶」（即成為政治宣傳品），不但在受訪時保持警覺，在事後還錄製了一個視頻「回歸，失去的十五年」，完整地表達自身的意見，以正視聽。[59]

媒體的生命在於公信力，這些親中香港媒體在中共干預下，與本地受眾的信任關係被損害到如此程度，實在是件可悲的事情。羅恩惠是一位有 20 餘年經驗的記者，曾供職亞視與香港無線電視 TVB 新聞部，面對香港新聞媒體屈從北京與權貴的狀態深為不滿，在壓抑多年後終於忍不住寫了一篇自我反省兼批評業界同仁的文章〈犬儒與病態——一個前 TVB 記者的自省〉，記錄了許多自己在電視台被迫自律的經歷。其中寫到 TVB 易主之後的許多細節，如 TVB 新聞編輯方針的「獨立性」出現根本性的變化，電視台高階主管棄新聞原則於不顧，面對北京摧眉折腰、唯商業利益是顧等等。[60] 在香港媒體記者普遍噤若寒蟬之時，無論是新聞從業者的道德自省還是從揭露業界自律的角度來看，這篇文章都很有價值。

2016 年，香港記者協會以「一國兩魔：港媒深陷意識形態戰」為主題，發表《2016 年言論自由年報》。報告表示，香港的「一國兩制」在北京政府加強意識形態的控制下受到更嚴峻的挑戰。年報編輯、香港記協前主席麥燕庭在接受 BBC 中文網採訪時說，「『一國兩制』已經變成『一國兩魔』。香

港 26 個主流傳媒中，有 31% 是中國政府直接控制，或由中資占大多數，用這樣的方式控制言論自由，香港人非常擔憂北京的控制力伸入香港，影響言論、出版、新聞自由。」[61] 這篇報導沒說的是，在網路時代，香港的自由媒體因失去市場需求而大量倒閉，[62] 中共在港的大外宣媒體卻依靠中共補貼而得以生存。香港立法會議員黃毓民指出，若要銷售好就不能太親共，要考慮市場。現在親共的媒體沒人看，像《大公報》、《文匯報》在街上看不到有人在看，一天下來賣不到五百份，最後都是中資機構在訂閱。[63]

港英政府時期，香港出版業曾經非常自由，這種自由曾延續到 2010 年代，直到 2015 年「雨傘運動」發生後，一些敏感的記者例如一位叫 Carmen 的調查記者發現，記述評論雨傘運動的書籍非常多，但在香港一些大型書店中根本不見蹤影，於是開始調查香港的出版業，發現一個驚人的事實：香港每年都出版幾千本書，大小書店林立，各種各樣的書目不暇給，但香港超過一半的書店，都來自同一集團。香港的五大出版社當中的三聯書店、商務印書館、中華書局也由這個集團控制，這個集團就是中聯辦控制的聯合出版集團。香港電台「鏗鏘集」聽聞此線索後展開調查。最後發現，屬於中聯辦的出版社共有 52 家，所謂 30 家出版社是指聯合出版集團，另外 22 家也屬於中聯辦控制的僑商集團等機構。聯合出版集團的現任董事長兼總裁文宏武是中聯辦秘書長。

香港電台記者試圖採訪多位中聯辦官員，均被婉拒。只有聯合出版集團首任董事長兼總裁李祖澤接受了採訪，[64] 直言該出版集團由中央政府出資，是國有資產。這種出版模式的特點

是：政治權力通過資本運作而形成的管控，使得其管控化於無形之中，讓香港人無法清晰的感覺到自己正在失去出版自由。[65]

無論多麼擔心，香港人在港英殖民地統治下曾經享有的新聞自由已成明日黃花。資訊被控制嚴重地損害了香港社會，一位香港傳媒學者曾對媒體生態與香港政治的關係做了反省：「傳媒絕非孤島，新聞和言論自由從來都不斷起變化。尤其是在民主政治不彰的香港，政府由小圈子產生，其首要任務是維護其小圈子選民的利益；……商界、財團無寶不落，自然不會慷慨支持。政黨欠缺充分資源，不少都寄望傳媒去影響民意，傳媒也早已成為本港政治力量言論交鋒的場所。……隨著中央（即北京政府）介入本港政治，傳媒無可避免地成為政治角力的地方，在硬推銷愛國政治和人大釋法下，中央看來也同時引入對傳媒政治的看法，視傳媒為兵家必爭之地，寸土必爭，更視言論交鋒為敵我分明、水火不容的意識形態之戰，是權力的零和遊戲。」[66]

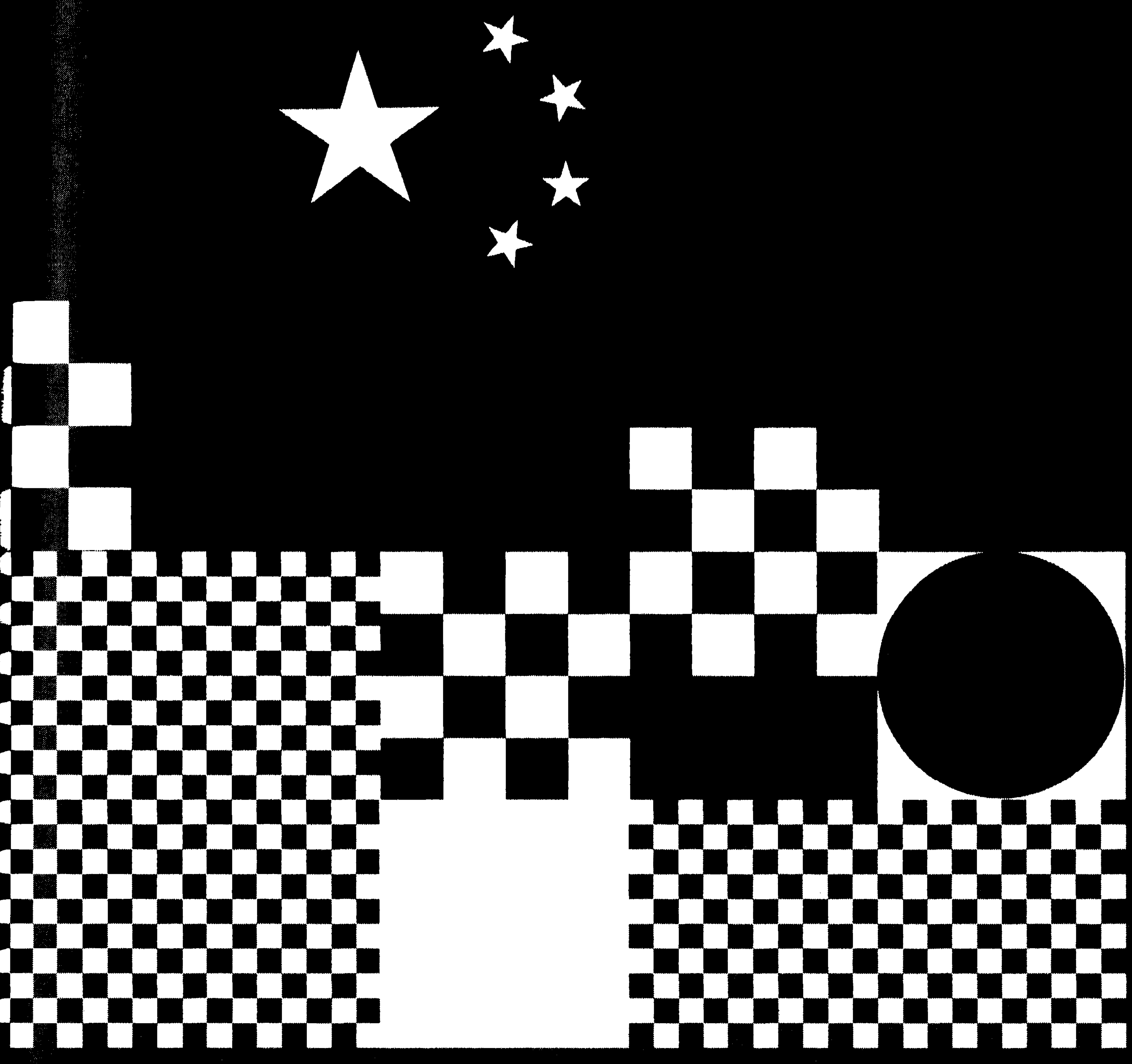
新聞自由與言論自由是構建民主政治不可或缺的基石。在這塊基石上，一個國家（或地區）得以建立「意見自由市場」，監督政府，推動社會進步，最後達成民主政治。香港回歸中國之前，有自由沒有民主。但香港的社會發展程度已經很好，尤其是香港市民的自我組織能力相當強，借助自由媒體，建立民主政治指日可待。但如今北京藉財團之手操控香港傳媒市場，又縱容中資媒體肆意攪亂香港輿論。所有這些，不是在幫助香港社會發展，而是在促進香港大陸化。這對香港人民來說，不啻為一種國家犯罪。

但香港人對失去言論自由的呻吟，即使是國際媒體圈也不完全能夠感同身受。畢竟，北京的刀子沒有動到他們頭上。到了 2018 年，終於發生了一件事：7 月底，當香港外國記者會（Foreign Correspondents' Club）決定邀請一位主張香港脫離中國獨立的政治活動人士陳浩天，讓其在香港外國記者會會所發表演講。陳浩天是一個有數十名成員的新創立的政黨的召集人，該黨的政治目標就是港獨。香港行政當局將其視為對公共秩序和國家安全的威脅，準備將其取締。北京方面要求外國記者會取消該演講，在遭到拒絕之後，香港宣布將時任外國記者會第一副主席、英國《金融時報》亞洲新聞編輯馬凱（Victor Mallet）驅逐出境。就此，《紐約時報》中文網官方推特於 11 月 5 日發布推文：「近年來，香港本地媒體受到一些審查壓力，但以香港作為區域中心的外國新聞機構在很大程度上沒有受到影響。然而，馬凱遭到驅逐可能會改變這一點。一些記者表示，『香港之死』——這個前英國殖民地於 1997 年回歸中國之前經常聽到的一個說法——終於來了。」[67]

理解了香港人在「九七回歸」之後失去了什麼，就能夠理解為何香港街頭會飄揚著港英殖民時期的旗子。那面旗幟，對感受到香港正在一寸寸死亡的香港人來說，意味著已經消逝的香港黃金時代。

第五章

中共政府對台灣媒體的紅色滲透



中共對台灣媒體統戰「與論控制六部曲」，即所有權併購、介入人事編採操控、廣告利益與人脈經營，另外還有駭客攻擊與論述心理戰。

——張錦華，台灣大學新聞研究所教授

根據美國「自由之家」所公布的《2010世界新聞自由度報告》，台灣的新聞自由度連續三年出現衰退：2008年台灣新聞自由度排名亞洲第1，全球第32；2009年退居亞洲第2，全球第43；而2010年則遽跌到亞洲第8，全球第47。[1]2018新聞自由指數（World Press Freedom Index）表明，台灣的排名上升至42位，重歸亞洲第1之位。

一、台灣新聞自由度的升降受台海關係變化影響

台灣新聞自由度之所以會發生這種起落現象，緣於台灣與大陸的關係。台灣研究媒體的學者們發現，台灣媒體的政治環境是自由的，出現媒體報導偏離真實原則的亂象，一則緣於本島政治傳承的因素形成了媒體政治站隊，二則是因中國挾強大的政治、經濟力量介入，這才使得台灣媒體陷入一種少見的混亂。[2]

馬英九當政的八年，正好是台海關係最密切之時，如果不

是「太陽花運動」，那斷送台灣的《服貿協議》可能就正式簽署了。2016年蔡英文就任台灣總統後，與中國大陸關係疏遠，新聞自由狀態有所好轉。「自由之家」在《台灣2010年新聞自由度報告》中提到一些與台灣新聞自由度下降的相關事件，比如大陸台商集團在台灣併購報紙和電視台、中央社以及公共電視高層人事變動、政治和商業利益對媒體報導所產生的影響、金融海嘯之下媒體的「置入性行銷」增加等，特別提到中國政府對台灣言論自由可能產生的影響，比如：有法輪功背景的新唐人電視台在中國「十一」期間（即中共建政紀念日）遭到干擾；維吾爾流亡領袖熱比婭被台灣當局拒絕入境；在報導對北京而言具有「政治敏感性」的西藏、新疆、法輪功等新聞之時，媒體自我審查的情形越來越多。

何謂「置入性行銷」？根據美國行銷學會（American Marketing Association）對於廣告的定義，「置入性」具有四個條件：一、付費購買媒體版面或時間；二、訊息必須透過媒體擴散來展示與推銷；三、推銷標的物可為具體商品、服務或抽象的概念（idea）；四、明示廣告主（sponsor）。《中國時報》資深記者黃哲斌於2010年12月辭職後，在部落格上發表文章，揭露台灣新聞媒體受金錢左右的現象。他在文中解釋，「業配新聞」就是「廣告主付費，卻包裝成新聞，意圖與媒體共謀，唬弄消費者的廣告形式」。[3]

台灣新聞自由度下降的原因，還包括某台商購買媒體後影響編輯政策使其喪失獨立性，編輯部根據老闆的政治立場轉向，使媒體轉而支持兩岸政府，導致其新聞自由的程度受到懷疑，連累了全台灣在國際上的觀感。以下是美國「自由之家」

在年度評論旺旺中時集團的內容：

值得注意的是，媒體企業主對其所取得的媒體內容的影響。自從蔡衍明這位在中國具有龐大商業利益的商人在2008年11月買下中時集團後，2009年發生的一連串事件（包括蔡衍明自己對中時集團的評論），標誌中時集團編輯政策的轉向，緩和了對馬政府、北京當局或改善兩岸關係上的批評。這也提高了中國政府可能直接或間接影響台灣的言論自由的憂慮。[4]

但是，台灣與香港不同，畢竟台灣實質上是個獨立政治實體，既有民主政府，也有比較成熟的民間社會，一些知識精英看了台灣媒體淪陷的暗黑前景，挺身而出，採取行動，制止北京對台灣媒體的紅色滲透。僅在2012年，就先後發起幾次活動，主動參與台灣國家通訊傳播委員會（NCC）就外資購買台灣媒體案的聽證會，鮮明地表達意見。

2014年「太陽花運動」的政治主要訴求就是「反服貿協議」，反服貿協議中的一大主題就是反對大陸資本進入台灣印刷業。《服貿協議》中有這樣的條款：台灣應對中國開放印刷及其輔助服務業，同時北京也允許台資在大陸設立合資、合作企業，從事出版物和其他印刷品的印刷業務，大陸方投資應當控股或占主導地位。表面上看來，大陸、台灣似乎權利對等，但大陸方面設置的陷阱在於：中國方面，印刷業有嚴格管制，不可以涉入出版業，政治類文字印刷有管控；而台灣方面，印刷業與出版業相通，無政治限制，進入印刷業就等於進入出版業，以中資的雄厚資本與實力，一旦批准，就等於滲透台灣出

版業並可長驅直入，擠垮以中小資本為主的台灣出版業。「太陽花運動」成功地阻止了《服貿協議》的批准，算是搬掉了中國大陸—台灣一體化的最後一塊鋪路石。[5]

據台灣大學新聞研究所教授張錦華觀察，自從2012年「反旺中事件」後，NCC加強把關，陸資購買現象較少了，而中國廣告置入台灣播映也有相關規範。在台灣政治大環境有所改變的情況下，中國政府開始做「人脈經營」，搞各種論壇、交流等。張錦華教授進一步指出，「別讓北京不高興」就是他們這種人脈經營的次關係造成的結果，不可小覷。[6]

在阻止北京對台灣媒體紅色滲透的過程中，台灣民間社團、知識分子的責任心與行動能力都可圈可點，為守護台灣的民主發揮了重要作用，為華人知識分子樹立了良好的榜樣，這就是台灣新聞自由度在十餘年之間降而復升的原因。

二、中共勢力滲入台灣媒體的方式

其實，早在旺旺集團蔡衍明收購中時集團之前，中共就已經通過各種方式滲透台灣媒體。中共滲入台灣媒體業，開始於本世紀初。如果以方式的變化來劃分，可以2008年為界。2008年以前，採用的是迂迴繞道的方式，多借道海外中資入股台灣媒體。2008年以後，則由投資大陸且與中國政府關係相當密切的台商出面收購媒體。

張錦華將此概括為「在台灣媒體場域」中起作用的「中國因素」，並對這一模式做了總結：「由於中國私營資本家表面上並非國企，因此可較為順利的以自由資本的姿態進入海外

的媒體產業。但是，戴瑜慧發現，這些中國私營資本家其實是在中共黨國體制授意下，經由國營銀行提供銀彈支援，結合海外產業形成『中國國營銀行—中國私營資本家—海外侍從資本家』的三角聯盟關係；透過資本利益的整合強化自身在國際資本主義市場的地位。而中國的私營企業透過國際媒體併購案，更可以迅速躍升為跨國企業，並藉由輿論管道的控制服務於中國的政治立場；並再借此尋租，獲得各項優惠政策以擴展在中國的市場利益。跨國資本家的結盟也繼而促使本地的產業勢力更添政治經濟影響力的籌碼。」[7]

1、暗渡陳倉：2008 年以前中資勢力滲入台灣媒體的方式

最早涉及到這方面問題的是台灣資深媒體人士楊士仁。曾任《經濟日報》副總編的楊士仁兩度撰寫文章，揭露中資介入台灣媒體的事實。

楊士仁曾於 2003 年 1 月 19 日在《Taiwan News 財經．文化周刊》發文稱，台灣情治單位在一份題為《國內報社、雜誌、電視台等媒體接受中共或中資資助續況》的報告中提到，疑有中資資助及中國力量介入台灣的 17 家媒體，包括平面媒體 8 家、電子媒體 4 家、周刊 3 家、出版社 1 家及科技雜誌社 1 家。其中一家歷史悠久、頗具規模的平面媒體——即中國時報文化事業公司，曾在 2001 年 9 月間獲得英屬維爾京群島「Newslink Investment」間接投資 3718.8 萬美元，約合新台幣 12 億元。這家公司據說有中資背景，以入股方式投資中時公司。雙方約定，未來仍可持續挹注資金。同時，中時還獲得中國首肯，可

在北京與上海兩地成立辦事處。[8]

這家媒體與中國政府關係密切，其高層人員頻頻前往中國，拜會國台辦官員張銘清及新華社、中新社、《北京日報》等喉舌媒體，推動合作事宜。該媒體除在中國成立辦事處外，允許每日轉送一萬餘份供台辦系統參考與部分台商零星訂閱，惟未獲同意開放在中國發行銷售。[9]

台灣《聯合報》系與北京關係也很密切。《人民網》曾報導中共中央政治局常委、全國政協主席賈慶林在人民大會堂會見了以《聯合報》社長王文杉為團長的台灣聯合報系訪問團，賈慶林對聯合報系長期以來致力於兩岸交流讚賞有加。[10] 據楊士仁文章披露，《聯合報》系也被中資滲透，合資方是中國北大方正公司在英屬維爾京群島註冊成立的方正科技公司。

電子媒體方面，中國國家通訊社新華社也利用台灣一家電視台負債多、資金缺口大的弱點，以旗下兩家境外網站名義，挹注台灣這家電視台及一個網站總計五千萬美元資金。這家電視台此前已經與中國湖南、蘇州、上海北京等地區電視台合作，用先採（採用）互購（互相購買）節目播出方式，合作製作節目。[11]

這種由北京暗中控制的中資台媒，對台灣政治轉向起了極其重要的作用。2005 年 8 月，一場由泰國勞工暴動而誘發的高雄捷運黑金結合的醜聞事件，由台灣 TVBS 率先揭發。在 TVBS 主持人李濤等人的追查下，如滾雪球般愈滾愈大，終至演變為反貪、反腐大案。陳水扁、吳淑珍、謝長廷、陳哲男（原總統府副秘書長）、陳敏賢、陳菊等高層在內的諸多人士相繼捲入，成為輿論追剿對象。這一被中國媒體稱為「台灣版水門

事件」，動搖了陳水扁的統治根基。[12]

北京倍加讚賞的是次揭弊事件中的 TVBS 電視台（聯意製作股分有限公司）的兩家持股公司，一為外商百慕達商電視廣播投資有限公司（持股 47%），另一為台灣註冊之本國公司東方彩視投資股分有限公司（持股 53%）。乍看之下，似乎外資並沒有超過 50%，合乎台灣衛星廣播電視法第十條之規定，但再細看東方彩視公司之股東及資本額後，有如下之蹊蹺存在，看似為本國公司的東方彩視公司，其股東組成為：董事長費道宜、董事唐吉德、董事陳禎祥、監察人鄧松泰，此四人皆為外商百慕達商電視廣播投資有限公司之法人代表。也就是說，東方彩視公司之股份係百分之百由外商百慕達商電視廣播投資有限公司所控制之公司；所以，東方彩視公司形式上雖為台灣公司，但實質上仍為 TVBS 另一股東，外商百慕達商電視廣播投資有限公司所擁有。而這家百慕達商電視廣播投資有限公司為中華人民共和國香港特區之資金成立的中資公司。TVBS 之董事長為梁乃鵬，於 1997 至 2002 年任香港特區之廣播事業管理局主席（地位類似於新聞局長）。[13]

由於台灣島內政治的考量，這一段時期中資滲透台灣媒體還需要假道大陸之外的地區作遮掩。這種明修棧道、暗渡陳倉的情況隨著藍營在選戰中勝出、馬英九登台執政而告結束，此後北京勢力滲透台灣媒體，走的完全是陽光大道，無須隱身。

2、中國紅色勢力大張旗鼓滲入台灣媒體

2008 年 3 月，馬英九在台灣大選當中勝出，藍營翻盤。

中國方面加強對台灣媒體的滲透，標誌性事件是旺旺集團斥資買下台灣媒體龍頭之一的中國時報文化集團。旺旺集團以親中聞名，該公司董事長蔡衍明以個人投資名義，斥資 204 億台幣買下中時集團旗下《中國時報》、《工商時報》、《時報周刊》、中天電視及中國電視公司等媒體，創報近六十年的中時報業易主，讓台灣媒體版圖出現重大變動。值得關注的是，這位本對傳媒文化事業毫無興趣的蔡衍明在收購中時集團三個月後，又收購了累計虧損數十億港元的香港亞視，並取得亞視 49%的控制性股權，引起香港輿論的憂慮。

蔡衍明的資金來源受到質疑，雖然無法查明其來源，但蔡對北京政府官員的巴結及恭順卻是台灣有目共睹。

2008 年 12 月 5 日，蔡衍明買下中時集團後，曾面見國台辦主任王毅，說明收購中時集團的過程，並指稱收購中時是希望「借助媒體的力量，來推動兩岸關係進一步發展」。王毅當場表態說：「如果集團將來有需要，國台辦定會全力支援。」這場外界原本不知情的會晤，因旺旺集團在中國發行的內部刊物《旺旺月刊》曾發表短文並配以王毅及蔡衍明兩人會面照片報導，《天下》雜誌 2009 年第 2 期以此文為據，以〈報告主任，我們買了中時〉為題加以諷刺報導。報導根據兩人會面的照片，形容蔡衍明「挺直背脊，以身體三分之二坐姿坐在沙發上，雙手緊握放在大腿上」的恭謹之態，而「報告」一詞往往用於下級對上級，此文意在諷刺國台辦與蔡衍明之間事實上的領導與被領導關係。而蔡衍明對王毅所說的那句「我們都有依照上面的指示，好好報導祖國的繁榮」成為他服從北京旨意的名言。[14]

蔡衍明在中國大陸投資巨億，早就以中國為其事業版圖的核心，在其入主媒體後，對媒體有許多自己的規訓。比如要加重中國的新聞比例；對台灣歷史上的「二二八事件」要改寫成突顯中國在這道台灣歷史傷痕中的「英雄」角色等。要力挺馬英九，凡批馬、以及稍微挺扁的新聞幾乎都會被要求檢討。蔡衍明將中時集團報系當作自己謀求中共重視的資本，自他從時報余家手上買下「三中」——中時、中視、中天以後，就頻頻邀請中國高層及同業前往中天參訪，一周兩、三團也不足為奇。有中天電視的主管戲稱，當時為了接待中國貴賓，每天上班可以看公文的時間只有不到十分鐘。[15]

蔡衍明視民主政治下的選民與政府高官的關係如同企業的雇員與老闆的關係。蔡衍明要求中時「不應批評總統與政府官員」，因為「公司老闆不好，你應該做的是離開公司，而不是批評老闆，馬英九就像是大家選出來的老闆，所以我覺得不應該批評」。[16]電視主播黃鵬仁因為在某日晨間播報當日報紙頭條時，依照某平面媒體所下的標題，直接稱呼馬英九為「宅男總統」，蔡衍明因此勃然大怒，堅持要處分這位電視主播。[17]從此以後，作為台灣龍頭媒體的中時集團形成了一種非常滑稽的報導風格：對台灣本土的政治雖然有時批評，但其更重要的功能卻是成為中國大外宣鏈條中的一環，「全力哄抬中國」。[18]台灣學界對此不是沒有警覺，中央研究院社會所研究員瞿海源認為，在馬英九上台半年、民意急遽下滑後，中時報系也批馬，這是因為其他台灣媒體都在做這種批判，「不可能顛倒黑白」，但中時集團下的《中國時報》、中天、中視、《旺報》等「全力哄抬中國」才是大問題。

自蔡衍明在2008年接手台媒龍頭中國時報文化集團之後，只登中國的正面新聞，對中共打壓人權之類的「負面」新聞幾乎從不報導。蔡衍明曾公開發話，說「批評中國沒人權是一種扭曲」，並舉例證明：「你看四川地震他們（指中國政府）那樣救災，比美國紐奧良水災的救災好太多了，到底哪一國比較沒人權？」[19] 輔仁大學新聞傳播系副教授陳順孝比較研究幾家媒體後指出，四川地震1周年前夕，中國維權人士譚作人只為想瞭解川震傷亡人數，就被中共逮捕，以顛覆國家政權的罪名起訴、重判。此事中央社、《自由時報》等都有報導，但在中時「知識贏家」資料庫卻搜尋不到。同一時段，中時報系的媒體大力報導中國國家主席胡錦濤宣示，四川重建工作將提前完成的「成就」。陳順孝對中資「登台」媒體深表擔憂，在目前台灣仍限制中資經營台灣媒體的情況下，中國媒體是否透過與台灣企業合作方式「登台」辦報，比《人民日報》登台更令人擔憂，因為媒體受眾無從得知新聞背後的政商利益。[20]

北京對台灣媒體內部人事也產生消極影響。比如2009年12月，《中國時報》總編輯夏珍因12月26日一篇報導惹起北京不快而被迫下台。整個經過如下：第四次江陳會期間，台灣政黨領袖爭相會見陳雲林，《中國時報》以頭版頭條報導這是「A咖對C咖」，這條消息引起社會重視，卻成為夏珍去職的原因。有人感歎：「最配合中國、簡直已成了《人民日報》台灣版的《中國時報》，只不過登了一個『A咖、B咖』的新聞，總編大人竟然就被換掉？現在還沒被中國統一，中國就對台灣媒體如此粗暴，一旦統一了，這些媒體難道還幻想會有什麼活路？」[21]

更值得關注的是中資媒體的老闆還試圖用中共的政治意識形態規訓員工。東森得易購董事長梁馬利據說有中國共青團的背景，其父親是中共軍方幹部，梁馬利在東森開會時要求管理層讀《毛澤東語錄》。[22] 這種惡劣的規訓洗腦方式在改革以來的中國大陸都已棄之不用，梁馬利依仗資本優勢與大陸政治背景，使用這種方式極力降低東森員工的心智。事實表明，梁馬利已經將中共專制下那套洗腦方式搬到台灣，正好證明了孟德斯鳩那句名言：「任何專制的國家的教育目的都是在極力降低國民的心智」。

品嘗到通過控制台灣媒體而引導台灣政治方向的好處後，中國國家新聞出版總署 2009 年 4 月宣布「新聞出版體制改革」，其中一項改革就是擴大對外交流，積極實施「走出去」戰略。充分利用國際國內兩種資源、兩個市場，努力推動新聞出版產品通過各種管道進入國外主流市場、國際漢文化圈和港澳台地區。鼓勵大陸媒體到台灣興辦報紙和期刊。[23]

3、置入性行銷：中國政府購買新聞

據詹姆斯頓基金會那篇題為〈中國政府是如何試圖控制美國的華語媒體〉的報告，中國政府滲透海外中文媒體的方式主要有四種：一，以全資或控股方式直接掌控報紙、電台和電視台。二，利用經濟手段影響與其有商業來往的獨立媒體。三，買斷獨立媒體的廣播時間和廣告，用於登載明顯來自中共官方的宣傳內容（台灣稱為「置入性行銷」）。四，讓來自政府的專業人士受聘於獨立媒體，伺機發揮其影響力。[24] 這些手法也

用之於台灣。但這份報告寫作於網路剛興起的 2001 年，此後，網際網路使大眾傳播手段發生極大變化，中共在台灣媒體業的輿論操控還多了一些手法，即張錦華教授總結的「輿論控制六部曲」當中最後那條：「駭客攻擊與論述心理戰」。

2010 年 11 月，台灣監察院吳豐山監察委員在超過半年的調查後，確認中國政府以置入新聞的方式購買台灣報紙版面，對陸委會提出糾正案。在此糾正報告中，吳豐山指出，《聯合報》在 8 月 3 日、8 日刊登的湖南專題報導，包括〈魚米之鄉豬糧天下第一〉、〈雜交水稻之父成功增產 20%〉、〈八大精品旅遊路線遍覽三湘四水明媚風光與名勝古蹟〉等七篇報導，都是配合湖南省省委副書記梅克保率領的考察團來台採購，以「報導」形態呈現的置入性新聞。陝西省代理省長趙永正於 9 月來台時，《中國時報》分別在 9 月 13 日與 17 日刊登的西安、陝西的專題報導也均為置入，包括：〈陝西吃喝玩樂旅遊大省〉、〈千年古蹟稀世珍寶舉世獨有〉、〈科技實力超強經貿「錢」力無窮〉等多篇。

吳豐山還出示一份監察院掌握的中國大陸與台灣媒體的合約書，指出，旺旺中時設在北京的公司，專門招攬中國政府的廣告業務，再轉包給台灣其他媒體，價格常是行情價的兩倍以上。這份《中國時報》與《聯合報》的契約就載明「付款方式，以匯款方式支付」，足證中國官方以金錢購買新聞的事實。

新聞置入帶來的金錢收益讓合作媒體開始「自律」。張錦華比對湖南省副書記梅克保及陝西省代理省長趙永正來台前後的報紙，發現除了湖南省與陝西省的新聞置入之外，中國大陸的負面新聞也幾乎都不見了。張錦華認為，這種台灣媒體形同

被中國政府「收買」的現象，其實已經是國家安全層級的問題。她警告說，「當這種有效率的不實宣傳全面塑造中國大陸美好的形象時，台灣人民就會覺得中國政府、中國大陸都是好的，卻不知道這個國家有很嚴重的人權、環保問題。當有人指出中國的真實情況時，很多人會覺得有毛病，怎麼可能？慢慢地我們的警覺性越來越低，甚至很多人對中國政府產生了幻想」，最後有可能就是中國大陸「不費一兵一卒」、「兵不血刃」地實現統一，這無疑讓台灣的民主政治和國家安全面臨雙重危機。[25]

根據新聞公害防治基金會的統計，2010 年全年的中國大陸廣告高達 119 則，其中大半用新聞編寫方式處理。該報告還引用 2010 年 10 月間，國安局長蔡得勝在立法院秘密會議中的一段話：「大陸團採購雖有商業目的，但也有統戰成分」，應區分「首要目標和次要目標」的內涵。該報告還指出，中國大陸廣告幾乎全是中國大陸地方政府委託的「工商新聞」廣告模式，與政府的置入行銷並沒有區別。這些新聞置入的做法，不但可能影響台灣媒體的獨立自主性，使台灣民眾的「知情權」受到明顯的蒙蔽和戕害。更令人質疑的是，其購置新聞背後的政商利益，完全有違新聞真實及自由透明化的基本法則。2010 年 1 月 12 號，立法院快速通過預算法修正案，禁止政府為置入性行銷編列預算，多年來的新聞置入做法終於停止。張錦華教授認為，雖然這是個指標性的進步，但還是讓人有些傷感，她說：「像台灣這樣一個自由民主已經有相當水準的地方，我們還常常自詡為我們是個民主自由的國家，但是我們的政府居然去買新聞，這本身是非常錯誤的示範。它只是把這個錯誤的

工作取消而已，我們很難說這是一個很大的進步，……只能說差堪告慰。」[26]

4、親中媒體對公共事件的扭曲報導

台灣媒體的混亂對本土政治產生了極為巨大的消極影響，被視為社會最主要的亂源之一。2006 年 11 月，《天下》雜誌在台灣中小學的教師與家長中進行調查，結果顯示，對於中小學生品格教育最具不良示範影響的前「三害」分別是政治人物、新聞媒體與電視節目。[27]

在 2014 年以前，對台灣媒體遭受紅色滲透的擔憂主要來自媒體本身與知識分子，但在「太陽花運動」中，以中天電視為代表的台灣多家中資背景媒體刻意扭曲這次運動，並抹黑反服貿運動主要支持者的行為，引起台灣民眾警覺。

「太陽花運動」完全是受香港占中運動的影響而發生。中國當局在處理香港「占中」運動的種種暴力與陰謀手段，讓台灣青年一代看到了台灣的將來，認為如果放任中共繼續滲透，台灣的民主與自由將岌岌可危。

「太陽花運動」獲得全球 17 個國家、49 個城市的聲援，以及全球多語文主流媒體的關注。但在台灣主流媒體的報導中，這場運動的面目卻比較陰暗。與台灣境外媒體的廣泛聲援不同，親共台灣媒體側重於報導學生造成立法院財物損失、有學生喝酒、有員警被打等片面「花絮」。長期參與媒體改革運動的台灣學者管中祥發文稱：「大多數的新聞台一如過去對公民運動的報導，充滿著偏頗、扭曲、汙名、瑣碎與嘲弄，事件

的『花絮』成了主要新聞，我們只看到爭議，卻看不到議題，看不到前因，只看到了當下的衝突。媒體彷彿戴上了偏光鏡，手上拿著帶有極光的利刃，無情且戲謔地揮向社會行動者」。有民眾稱：「反黑箱服貿協議占領立法院進入 17 天，我們發現，『特定媒體』已經沉不住氣，開始針對能見度高夥伴，進行人格抹殺式詆毀攻擊，試圖打擊『太陽花學運』的士氣。」親共媒體對學生運動的抹黑早已經引起抗議民眾的不滿。在立法院議場外頭，TVBS 及中天新聞的採訪車不但被貼滿了抗議貼紙，甚至被人塗鴉，上頭寫著：「感謝 TVBS 作假新聞給我爸媽看」、「朝聖中共紅天電視台」。[28]

更多台灣人將 Facebook、BBS 在內的各大社交軟體作為傳播訊息的主要平台。許多公民記者、網路媒體，新聞傳播科系的學生秉持「媒體不報，我們來報」的精神，在現場進行採訪，不間斷地進行報導，讓民眾在被扭曲的新聞裡，有機會看清抗議現場的面貌。台灣大學教授鄭秀玲不憚勞煩，經過數月努力寫成的《兩岸服貿協議對我國的衝擊分析》，為本次反服貿提供了專業分析，青年學生中有 IT 專業知識者，將這份報告通過視頻、PPT 等製作方式傳上網路，盡可能讓更多的台灣人看到，將他們吸引到反服貿協議的「太陽花運動」中來。

自從中國大陸對台灣實行紅色滲透以來，親中媒體一直肆無忌憚地履行大外宣職能。在「太陽花運動」中，他們本想向中國政府展示「咱們大外宣有力量」，沒想到被台灣民眾用更先進的傳播手段擊敗。

三、台灣學界高度關注中國政經介入導致媒體失衡

在歐美等民主國家，真正對大眾傳播媒體產生作用的力量，一個是賺錢的企圖，另一個則是為了獲取社會中的權力拼搏（傳播學者丹尼斯．麥奎爾語）。

在中國這種極權國家，受眾與觀察者知道媒體是受到控制的。但台灣的情況既不同於民主國家，始終有「中國因素」的影響，也不同於香港，實質上是一個政治獨立實體；更兼從專制威權政治形態中走出來只有三十多年，老一代與中生代還有爭取民主的集體記憶。在台灣的知識群體當中，不少人年輕時赴歐美留學，這種知識背景與成長經歷，讓他們非常敏銳地察覺到台灣媒體正在由高度自由向被「中國因素」操控的狀態轉變；為台灣民主拼搏的記憶，讓他們擅長行動。可以說，如果沒有學者們及時發現、批評「中國因素」對台灣媒體業的「紅色滲透」是對台灣傳播自由的嚴重威脅，就不會有「太陽花運動」中那種針對性極強的反抗。

1、台灣學者關注在地媒體的「中國因素」

據張錦華介紹，2010 年以後，台灣學界的論文開始探討「中國因素」的影響。戴瑜慧對中共黨國體制授意下，國營銀行提供銀彈支援，結合海外產業形成「中國國營銀行—中國私營資本家—海外侍從資本家」的三角聯盟關係，就是很精確的總結。楊琇晶比對中共對港、台媒體操控方式，指出包括「半

公開的新聞置入宣傳、中國節目變相落地與收買名嘴以及兩岸媒體交流高峰會等」，發現即使是「以台灣為市場的親綠媒體，言論也開始迴避中共敏感議題，原因是北京刻意以開放市場為誘因，換取去除反共或台獨敏感言論。加上兩岸媒體交流尚有許多制度與法制上的漏洞，為了獲取更大利益，台灣媒體也開始頻繁出現『尋租行為』（Rent-seeking）」，這種「以商逼政」的策略，付出的成本就是台灣媒體「第四權監督權責與國家利益」。

李嘉艾在學術論文《台灣媒體生產政治中的中國因素與獨裁者邏輯：以C集團為例》，更具體地探討台灣傳統報紙，被來自具中國因素的集團收購後的新聞內容產製如何受到影響。研究發現被收購媒體言論已明顯的向中國靠攏；新聞專業也遭到報社所有權人的涉己利益介入，新聞淪為置入的對象；從2008年至2013年該報的中國人權新聞數量不斷下降。這個過程被稱之為源自威權資本主義中國和台灣資本家組成的「權力／資本聯盟」剝削台灣新聞的過程。[29]

台灣新聞自由度何以跌落得如此迅速？綜合台灣各方人士的分析，屬於台灣自身的原因大約有以下幾種：

一，由於經濟狀況不佳，導致台灣媒體接受政府的置入性行銷。[30]政府的目的是通過置入性行銷達到雙重目的：既可宣傳政策，又可籠絡媒體；二，修法壓抑媒體，使媒體動輒得咎，是指立法院通過決議，要公視的節目內容事先接受有關部門審查；三，向法院控告媒體，使媒體官司纏身；四，使用公權力修理特定媒體，造成殺雞儆猴、寒蟬效應。[31]

根據台灣學界的評估，自民進黨主政後不再掌控媒體，媒

體不因其言論或立場受到保護或壓制，台灣已經擁有完全的新聞自由。但也就是從這時開始，台灣媒體生態進入失衡、傾斜與錯亂狀態，中興大學副教授林淇瀁曾對這段時期台灣的媒體生態作出評價：「這六年來（指 2001 年至 2006 年），台灣的多數媒體，逢扁必反、逢綠必反，卻又誇稱站在台灣人民的一邊、正義的一邊。但光就非政治領域的報導來看，這些媒體其實也背離台灣民間、台灣文化和台灣做為政治共同體的想像。在政治上，藍綠可以對決，統獨可以爭辯；但媒體沒有選擇藍綠或統獨的權利，必須在報導中公平對待藍綠或統獨，這才是大眾媒體的本分。遺憾的是，今天的台灣媒體，多數選了邊（指在藍綠兩種政治勢力站了隊），部分還靠了岸（指靠攏北京）。他們渾然忘了媒體是『社會公器』這樣簡單的道理。」[32]

有鑑於此，政大新聞系教授馮建三建議，行政院亟須提出全盤性的國家傳播政策，應該對外國媒體進行規範、比如將中國分為單獨一類。[33]

2、台灣學界、新聞界對「中國因素」的反抗行動

不僅學界關注中國因素滲透台灣新聞界這一事實，台灣新聞工作者也會「依據其所在位置和資源，來選擇各種複雜的行動，去競爭、捍衛、抵制、應和或迴避，來協商來自中國因素／資本家控制的直接或間接的壓力，並展現某個限度內的自主權力」。

2012 年，六位資深學者林惠玲、林麗雲、洪貞玲、張錦華、黃國昌、鄭秀玲等就吉隆等 11 家有線電視股分有限公司股權

轉受讓案，組成一個《跨媒體法及其審查機制建立》研究案小組，經過非常認真細緻的準備，擬就一份長達 34 頁、包含十大說明的聲明——《嚴正呼籲 NCC 盡速駁回旺中購併案》，特別提到蔡衍明不合適的原因：已受外界詬病的公器私用、違背新聞專業自主價值外，更涉及違反台灣法規明文禁止媒體刊登未經許可之中國廣告和新聞置入。例如旺旺中時（旺中集團媒體）自 2009 年連續四年以來，已接受數百則以上來自中國各省市政府置入新聞，並擔任仲介，再為中國省市政府向其他台灣媒體購買新聞等等。由於台灣大學教授們指證的事實俱在，NCC 雖然通過了併購案，但加上了許多附帶條件，蔡衍明無法完成這些條件給出的要求，因此沒能完成併購，六位教授的提案成功地阻止了蔡衍明。[34]

同年 11 月，台灣三大富豪中信金辜家、台塑王永慶家族、旺旺集團蔡衍明聯手入主壹傳媒，曾於 1990 年代初出版《解構廣電媒體》的台灣知識分子團體「澄社」，立即發表一份聲明，指出這些入主媒體者均在中國有龐大商業利益，強烈批評台灣媒體公器淪為老闆取得政治影響力、牟取個人私利的工具，危害新聞自由。這份聲明指出，與二十年前國民黨、政、軍控制言論自由相比，台灣媒體面臨的黑手更為可怕與隱晦，北京是以經濟利益作籌碼，直接間接利用少數財閥當媒體買辦，以更細緻手法閹割台灣媒體自主，進而異化台灣民主自由。[35]

台灣知識分子用他們的專業知識向台灣民眾講述了這些收買行動對台灣的影響：

一、以大陸市場為主的旺旺集團總裁蔡衍明，以超乎市場

法則的預測，突然以 204 億天價買下三中集團（中視、中天和中時集團），打破了原來壹傳媒集團（以反共言論著稱）擬以一半不到的價格企圖併購三中集團的規劃。旺中集團一躍而成台灣最大的媒體集團。緊接著又在 2011 年進軍有線電視集團，讓旗下公司出價 760 億台幣，向 NCC 申請併購中嘉集團下的 11 家有線系統台，同時再申請併購「反共」色彩較明顯的壹傳媒集團，包括《壹週刊雜誌》、《壹電視》、《蘋果日報》。

二、旺旺集團壟斷台灣媒體的意願非常明顯。中嘉集團旗下的台灣北部的系統台是幾乎所有重要的電視頻道上架的平台；收視戶涵蓋幾乎近全台灣 30%，《蘋果日報》的市場占有率當時高達近 40%。如果併購完成，旺中集團的規模將成為國內最大的媒體集團，傳播影響力將成台灣首屈一指的媒體霸主。由於其潛在影響力龐大，以及旺中集團表現的親中言論、缺乏容忍異議的作法、置入新聞破壞專業的行徑等等，將會極大地改變台灣媒體的政治生態。[36]

在「中國因素」步步進逼的強大壓力之下，台灣學界和民間公民團體的高度質疑和抗議行動，激起了更大一波的學生和公民團體的強烈反抗。隨著台灣內部政治的變化，迫使中共不得不有所收斂，並改變其方略。也因此，從 2016 年起至 2018 年，台灣新聞自由度再度回歸亞洲第一名。但是，自由不是免費的，只要中共政權存在一天，對台灣的政治干預就會繼續下去，因此，中共對台灣媒體的紅色滲透仍然處於動態之中，必須繼續警惕。

第六章

中國的形象焦慮症與「大外宣」效果

北京正在使用一種全政府的手段，利用政治、經濟、軍事工具以及宣傳，在美國推進其影響和利益。

中國也比以往更活躍地使用其力量，來影響並干預美國的國內政策和政治。……今天，中共政府正在獎賞或脅迫美國的工商企業、電影製片廠、大學、智庫、學者、記者、地方、州和聯邦政府官員。

——彭斯（Michael Richard Pence），美國副總統

2018 年 10 月 4 日，哈德遜演講

中國政府從鄧小平時代宣布「韜光養晦」，「與國際接軌」之後，就患上了一種令自身坐立不安的形象焦慮症。這種焦慮緣於以下原因：與國際接軌只是為了取得加入眾多國際組織入場券的策略，並不打算真正改善國內政治與人權狀態。而國際社會的中國觀察者總發現真相與中共的承諾、宣傳完全不一樣，甚至相反，因此多所批評，中國政府因此覺得形象受損，因而產生形象焦慮症，除了繼續增加大外宣的投入，偶然也會公開批評體制內某部門官員作為不當而導致中國形象失分。比如 2018 年在整頓公安部時總結該部五大弊端，其中之一說一些官吏以專政手段壓制社會不同聲音，釀成劉曉波案、陳光誠案、李旺陽案等人權事件，在國際輿論上陷中共和中國形象於尷尬境地。[1] 中共不檢討自身以專制手段控制社會，卻認為是官吏操作不當導致中共形象受損。

對大外宣的巨額投入，其主要目的就是為了改善形象。本書分析了中共沉迷於對外宣傳在歷史上取得的成功經驗，並以此做為現階段大外宣戰略的出發點，詳細分析了北京近二十年來在世界各國、港、台地區中文媒體的深度滲透，以及目前正

在英語及其他語文媒體所做的滲透努力。本章就這種努力滲透的效果作出評估。

一、中國王牌外宣媒體《環球時報》的兩副面孔

2009 年 4 月 20 日，《環球時報》英文版創刊，名稱叫做 *Global Times*，成為繼《中國日報》之後問世的第二份中國官辦英文報紙。正如我在第二章「中國『大外宣』的『本土化戰略』」中所指出的那樣，《環球時報》中文版成為弘揚「全世界都嫉妒我們中國強大」的媒體重鎮，英文版被北京賦予「對外塑造國家形象、爭奪話語權」的重大外宣使命，在起步時根本不需要考慮所謂「經濟效益」，第一年預計運營虧損 2000 萬元。分析這家報紙，就可以看出中國外宣媒體的特質。

這家報紙的英文版多少照顧了一點英文讀者的閱讀習慣，宣傳腔調軟化了不少，關於同一件事情的報導中、英文版本有些不同，中國國內媒體同行將此稱為「報格分裂」的事情：2011 年 8 月 9 日，在 *Global Times* 上出現、作者屬名作者 Liang Chen 的〈獨家：艾未未打破沉默〉（Exclusive: Ai Weiwei breaks his silence），[2] 就未曾出現在《環球時報》上。

也就是說，承擔外宣使命的 *Global Times* 需要通過對艾未未的採訪，向世界釋放一些符合中國政府需要的資訊，表明艾未未現在已經可以「自由發言」了，咱們中國是有言論自由的！同時又試圖借這一政府賜予的「獨家資訊」抬高 *Global Times* 在英文報界的地位。這種把戲是 *Global Times* 玩得輕車熟

路的老套路。遠的不說，稍早的同年 3 月 30 日就玩過同樣的
把戲。那一天，*Global Times* 以「三個直陳時弊的學者（Three
outspoken academics）為題，對張鳴、陳丹青和賀衛方作了報
導。[3] 針對這一 *Global Times* 把戲，賀衛方在微博上發表感歎：
「我們又一次看到，在中國，媒體管理尺度的『內外有別』。
該報中文版也能如此坦率真誠，尊重事實，遵循傳媒倫理，那
該多好。」我認為賀衛方這評價是因為對大外宣的目的缺乏深
入瞭解，從實質上描畫，我更願意這種內外表現不一稱之為
「陰陽臉」。

但這家《環球時報》引起我關注，卻遠比上述時間要早。
該報在 2006 年製造的一起以假亂真的謊言曾引起我的注意。
當時德國新發布一部紀錄片，片名叫 *Losers and Winners*，譯成
中文就是《失敗者與勝利者》。這部紀錄片我看過，主題是比
較德國工人與在德中資企業工作的中國工人的各自境況，大致
意思是德國工人權利意識強、待遇高，但卻因此增加企業成
本，導致企業大量外遷而失去工作。中國工人經常加班、工資
低，還要忍受極為惡劣的工作及生活條件，但卻因此得到了工
作。紀錄片因此發出的疑問是：中德兩國工人，到底誰是勝利
者？誰是失敗者？

德國之聲於 2006 年 11 月 13 日發文介紹這部紀錄片，11
月 17 日獲《環球時報》「創造性地」轉載。德國之聲這篇文
章標題與片名《失敗者和勝利者》相同；而《環球時報》則將
標題改為〈德國之聲：中國工人的幹勁讓德國人震撼〉，[4]「妙
剪回春」地將一篇比較兩國工人各自深陷於其中的困境變成
了德國人讚揚中國工人的題目，中國勞工在權利方面的「失敗

者」形象一掃而光。我就此事寫過一篇〈中國媒體製造的陷阱〉（華夏電子報，2007 年 4 月 12 日），在對照德國之聲與《環球時報》「轉載」之文的差異後，指出《環球時報》通過剪接、斷章取義及有意曲解等手法，把一部揭露中國工人地位低下飽受盤剝的紀錄片，硬生生地說成了是記錄中國工人遠渡重洋到歐洲展示吃苦耐勞精神、並讓老外們感動至深的片子，同時還借外媒的口表達了中國只要憑著艱苦奮鬥，就能迅速超越發達國家。

該報這種撒謊的陰陽臉特性，到 *Global Times* 於 2009 年 4 月 20 日創刊之後愈加突顯。由於 *Global Times* 肩負「讓世界瞭解中國」的外宣使命，因此與《環球時報》的報導內外有別。英文版為了打造「公信力」，只好有時收起那副令人討厭的喉舌嘴臉，扮演「尊重事實」的角色，因此 *Global Times* 的內容，或者是根本未出現於《環球時報》上，或者是以與 *Global Times* 很不相同的面孔出現於《環球時報》。

Global Times 與《環球時報》這種陰陽臉特性終於引起中國媒體的關注，並因此使 *Global Times* 在開辦的第二年成為中國媒體的熱點話題。媒體本身成為媒體的熱點話題，這可能也算得上新聞史上的一大奇蹟。北京外國語大學國際新聞與傳播系教授展江撰文「《環球時報》的報格分裂」，談到 *Global Times* 與《環球時報》的不同。他舉的例子是兩者對德國伯爾基金會一份報告的報導。2010 年 6 月 14 日，德國伯爾基金會公布概述德國七家有影響媒體 2008 年對華報導的基本狀況。在比較之後，展江認為，*Global Times* 比較準確地報導了伯爾基金會報告的主旨，而《環球時報》則失實甚至編造他人觀點、斷章取

義，與國內其他中文媒體相比，《環球時報》在「失實甚至編造他人觀點方面走得最遠」。[5]

《環球時報》因其充當「愛國主義號角」的報導風格，被稱為「憤青大本營」、「愛國賊老窩」、「商業民族主義」等。《南方人物周刊》2011 年 6 月 11 日就此採訪了該報總編輯胡錫進，這篇採訪名為〈《環球時報》不高興〉，[6] 展示了該報掌門人胡錫進的辦報理念以及這份報紙的前世今生，值得做為研究資料備存。

胡錫進對這份報紙的政治使命闡釋得很透徹，*Global Times* 要「做國際視角的中國新聞」，《環球時報》則是要做「中國視角的國際新聞」，即扮演陰陽臉角色。胡總編也是個心理素質極好的高人，一人在兩個劇場上來回穿梭且不陷於精神錯亂。

有關《環球時報》不時發表關於「敏感事件」的評論還能保證不觸怒中宣部的秘密招術，胡本人也願意與外界分享。2016 年 7 月 4 日，胡錫進接受《上海觀察》專訪，將這秘密招術總結為「讓不利資訊軟著陸」。所謂「軟著陸」，據胡的解釋，就是發現不利於中共政府的資訊時，要在維護國家利益的同時，最大限度地調動自己的主動性。用符合媒體規律的方式維護國家利益，維護黨的執政利益。在這篇採訪中，胡錫進也不諱言他對媒體角色的理解：在中國，媒體角色不同於美國的《紐約時報》、《華盛頓郵報》這種充當社會監督者的第四權力，「政治體制和社會體系的不同決定了輿論傳播一些規律性的差異，媒體只有理解、契合這些根本的東西，……才有可能走出一條可持續的發展道路」。

胡錫進與其他黨辦媒體總編的不同，在於他不斷「探測體制的彈性」，所以《環球時報》「不僅活下來，還活得不錯」，[7] 成為黨辦媒體中一個獨特的存在。

問題在於，資訊的發布不等於資訊的到達，資訊的到達更不等於資訊被受眾按照發布者的意圖解讀。在西方社會，公信力是媒體的生命之源。由於有北京的強力支持，這家以陰陽臉示人的《環球時報》不差錢，差的只是公信力。胡錫進因此成為中國黨報系列中最出名的總編輯，他本人這個角色也只有用民間俗語所說的「二皮臉」[8] 才能貼切比喻。中國知識界對其極為憎惡。

二、是中國「沒有面孔」還是人們不願意看到真面孔？

中共政府在國內控制媒體，遮罩不利黨與政府形象的資訊，禁止人們自由言說。並為外國駐華記者設置了重重採訪障礙，卻還是無法控制這些記者用各種管道向外界講述中國的真相。對這些報導，中國政府與官方學者認為是這些外國媒體記者蒙住讀者的眼睛。清華大學新聞與傳播學院的教授尹鴻說，「當人被蒙上眼睛的時候，他就只能依靠『偏見』作出判斷」。並舉例說，西方媒體在報導西藏 2008 年拉薩事件時，「所表現出的非職業偏見，除了他們戴著的有色眼鏡外，肯定與他們被蒙上了眼睛的過度反應有關」，「為了破除西方妖魔化中國或誤解心態，中國要加快實施『走出去』工程」。[9]

由於要引導外國人如何看中國，中國政府官員宣布，中國

的外宣任務被定位成「幫助外國人瞭解中國，特別是要推動外國媒體準確、客觀、公正地報導中國，在國際上營造客觀友善的輿論環境」。[10]

中國通過大外宣營造的國際形象，不是中國的真實面目，所以在對中國的認識上導致了一些讓外部觀察者頗感困惑的問題。這裡試舉一個說法，即外部觀察者認為中國是一個沒有臉的國家，而中國國內則認為中共的宣傳載體（如 CCTV 電視）與電腦（即網路）構成了兩個完全不同的世界。在中國的微博上，一段話廣泛流傳，很能說明官方控制下的媒體與擁有一些自由言說空間的網路之區別：「電腦和電視的區別：一開電腦，就覺得社會黑暗、官員腐敗、惡勢力橫行、民不聊生，彷彿馬上就要革命了；一開電視，就覺得社會和諧、人民幸福、載歌載舞、天下太平、長治久安，一百年都不會出事。在中國，電腦是生活照，電視是婚紗照。」[11]

中國是一個「沒有面孔」的國家，這個說法來自長駐中國的記者齊福德（Rob Gifford），他在 2007 年出版的書《312 號公路：一趟橫貫中國、由上海到哈薩克邊界的 312 號國道之旅，帶你見證中國的隱憂與展望》（China Road: A Journey into the Future of a Rising Power）中提出這一說法，[12] 認為外界很難看清中國是一個什麼樣的國家。

其實，中國是個什麼樣的國家本來不是一個問題，因為它無論從政治體制，還是從人權狀態來看，都是一個徹頭徹尾的專制獨裁國家，其專制程度甚至超過 2011 年「阿拉伯之春」中相繼倒下的威權或者獨裁政體國家，如突尼西亞、埃及等國。對西方來說，中國的性質難於認定，實際上是出於西方世

界的願望。2001 年，西方世界張開臂膀迎接中國加入 WTO 之後，一直希望中國由經濟改革帶來的市場開放，能夠促使中國的政治體制以及中國人的價值觀逐漸發生改變，最終在西方國家的接觸、影響與引導下融入國際社會。西方國家之所以產生這種期盼，主要是由於中國的龐大市場吸引了無數西方的跨國公司。從 1990 年代中期以來，這些跨國公司相繼進入了中國，與中國產生了千絲萬縷的經濟聯繫。因為不能讓西方國家的人民認為本國的公司與政府為了經濟利益與一個專制獨裁國家保持友好關係，因此，這些公司一直在美國政界努力說明「中國在朝向民主化的道路上邁進」。

因此，所謂「中國是一個沒有面孔的國家」是由兩大原因造成的。一、是北京政權的原因。中國有自己的真實面孔，但由於這張面孔太過醜惡，北京不希望以本來面目示人，因此投入巨大的外宣經費，為自己打造一個好看的面具，增加親和力。二、是西方商界及政界出於經濟利益考量，寧願不去看中國醜惡的現實。在加入 WTO 之後的初始階段，中國也想扮演負責任的國際社會成員，但越到後來越扮不像，尤其是入世之後最初五年的觀察期一過，中國越來越不守國際規則。最終導致 2011 年 11 月亞太國家在夏威夷舉行峰會，美國等九國將中國排斥在 TPP 協議之外的舉動。[13][14]美國總統歐巴馬終於表示，「對中國玩弄國際體系的行為受夠了」。[15]

西方對中國的誤讀，直到 2018 年才算是有所認識。2018 年 11 月 29 日，美國史丹佛大學胡佛研究所和美國亞洲協會美中關係中心聯合發布了一份名為〈中國影響力與美國利益：提高建設性警惕〉的報告，羅列了中國針對美國企業、媒體、

智庫及學生所採取的一系列遊說行為，其中包括大外宣。報告警告說：中國在美的「滲透和影響」正產生越來越大的威脅，美國人對此應該有所認識。特別值得注意的是參與撰寫這份報告的人員名單，他們當中很多人曾極力主張同中國接觸，例如美國前駐北京大使羅德（Winston Lord）、美中關係中心主任夏偉、歐巴馬政府時期白宮國安會亞洲事務資深主任麥艾文（Evan Medeiros）。羅德說：「這並非好像是一群敵意的、反中國的人。但我們所有人都對這種趨勢越來越悲觀，感覺我們處在（美中）關係的十字路口。」麥艾文說：「這證明了一整代中國專家的醒悟，他們曾經認為是在幫中國展現在世界舞台上，到頭來卻發現，這個項目發生了嚴重失誤。」[16]

三、各方對「大外宣」效果的質疑聲浪

在 2018 年以前，對中國「大外宣」效果的關注，主要不來自於大外宣媒體的所在國，而是中國內部人在關心。中國人關心這種投入天量金錢的「大外宣」到底能否取得效果。這種來自內部的懷疑，從北京大張旗鼓地開始推進「大外宣戰略」至今，從未停止過。

中國近年開辦的外宣媒體有份《國際先驅導報》（*International Herald Leader*）——中國官方不少新創辦的報紙喜歡用一個接近國際社會知名媒體的名字命名，比如這家報紙的英文名字就與美國的 *International Herald Tribune* 相近，這樣取名大概是出於魚目混珠的考慮。[17]

中國的《國際先驅導報》在 2003 年曾發表一篇文章，指

出中國的對外宣傳宛如「一個古老輝煌的民族，卻身著一件不合體的外套」。那篇文章提到，當時中國從事外宣工作的媒體主要有中央電視台 9 頻道、《中國日報》、中國國際廣播電台等。然而，當問起他們在國外的宣傳效果時，中央電視台英語頻道的總監製江和平對記者介紹說，目前中央電視台通過和國外媒體進行合作，已經在海外擁有了 1400 萬收視戶，並且通過美國一家公司在美國十幾個大城市的 40 多家酒店落戶，使美國的精英階層也能收看到中央台的節目。「但是收視率能達到什麼程度，則不太清楚」。一名中央 9 頻道節目的資深人士告訴記者：「中國的這些媒體在國外幾乎沒有影響力。」根據央視英語頻道一次網上調查顯示，該頻道 90%的受眾居住在中國，其中又僅有 4%為外國觀眾。受眾中逾 80%以「學英語」為目的，而不是以獲取資訊為需求。[18]

有些媒體人其實知道問題出在哪裡，但無法直言。供職於中共香港喉舌媒體《大公報》的記者李劍諸說：「從權力政府過渡到責任政府，中國正大步走向政治文明，……但從新聞人的角度觀察，我認為中國在國際社會的自我宣傳還跟不上形勢的發展要求，這方面中國的主流媒體責無旁貸。」李這句話表述得比較怪異，他其實想說的是：中共政府目前不是責任政府，中國政治也非民主政治，但將中共政府打扮得讓人看起來像責任政府，將中國所謂「社會主義民主政治」打扮成看起來不比西方民主政治遜色的政體，是中國主流媒體的責任。[19]

曾為中國外宣竭盡全力的《北京共識》（*The Beijing Consensus*）一文的作者喬舒亞·庫珀·雷默（Joshua Cooper Ramo），對中國政府打造形象不力有點著急，2006 年 9 月 17

日。他在《美國新聞週刊》（國際版）發表的文章標題是〈危急的中國形象〉，指出中國針對歐美等國對中國的擔憂而提出的「和平崛起」，不僅沒有達到預期的效果，反而讓外界把「崛起」理解為「地震」，儘管「和平的地震」不是中國「和平崛起論」的原意。一些外國的決策者還是繼續將中國崛起與20世紀納粹德國劍拔弩張的「憤怒崛起」相提並論。雷默認為：「在國際知識圈中，和平崛起常常與原提出者的本意相反，反而讓他們確定中國不值得相信。他們提出的一個刺痛著眾多學者和決策者神經的問題是，中國怎麼可能一邊宣揚和平崛起，一邊威脅要攻擊台灣？」雷默還指出：與讓國際社會相信中國是個和平國家的意願相反，許多西方知識人士認為中國積極積蓄力量。[20]

現實對雷默的最大嘲諷是：他預言「北京共識」將取代「華盛頓共識」的願景，至今還看不到任何希望，東南亞國家對中國的「和平崛起」疑慮重重，將美國重新請回亞太地區。從 2011 年 11 月亞太峰會與東亞從 11 月初開始的 20 國峰會，再到 11 月中旬的東亞峰會，短短幾個星期當中，中國在與美國為首的東南亞國家交手中，失去了此前一直以為非己莫屬的亞太地區的「龍頭」位置。中國這一輪被國際孤立的事實表明，「經濟援助＋大外宣」並不能構成吸引人的「軟實力」。從 2013 年開始全力推行的「一帶一路」，遭遇的質疑聲浪不斷。英國《金融時報》的研究表明，馬來西亞等多國抱怨中國讓它們陷入債務危機。[21] 中國外交部對這些批評非常憤怒地予以反駁，外宣媒體也大肆出動駁斥這些言論，[22] 但未能減少這種懷疑。由於中國內政不修，民怨四起，在政治制度與價值觀上自

甘成為國際孤兒，因此，所謂「經濟援助＋大外宣」，並未能夠轉化為東南亞國家對中國的政治信任與政治擁戴。

接下來再看《中國國家形象片》的外宣效果。這部片子投入的資金到底有多少，至今還是中國官方秘而不宣的「國家機密」。該片由中國國務院新聞辦牽頭，於2008年8月開始製作，目前已經完成的有《中國國家形象片・人物篇》與《中國國家形象片・角度篇》，其中長達60秒的《人物篇》選擇了一個比較特殊的時間——2011年1月19日（北京時間）中國國家主胡錦濤訪問美國之日，在紐約時報廣場大型電子螢幕上滾動播出。[23] 據說每小時播放15次，每天共300次，至2月14日結束，共計播放8400次。[24]

該片在美國播放，實在是波瀾不驚，但在中國卻成了一個熱門話題。在官方宣傳大外宣工作獲得巨大成功的同時，引來諸多質疑，最強烈的質疑是：「為什麼是這些人物代表中國形象」？一些網友指出，代表人物非富即貴、或是行業精英，部分人還擁有外國國籍。製作方的辯解則是「沒有選官員代表國家形象已經算是進步」。[25] 聽起來很無力。

但外宣品的效果，主要得依靠外宣傳播之地的受眾評說。該片播放結束之後，《南都周刊》於2011年3月14日發表了一篇調查性報導，〈大國公關：解碼中國形象〉，專門就「8000多次的形象片播放，有多少外國人真正看過？又有多少外國人借此真正瞭解中國？」這兩個問題採訪了一些在中國的外國人。答覆並不令人滿意，有人說，「中國國家形象宣傳片有點模糊。它可能告訴你什麼是中國人，但同時並沒有說中國人有什麼特別的。」還有人說，「我覺得更像是宣傳片，而且沒有

表現出為什麼中國是個了不起的國家。也許視頻會讓中國人感到驕傲，但在時報廣場上播放在我看來並不是這麼重要。如果中國想要打動世界，我想拿出中國特色的環境保護的姿態將更會被接納。」在美國杜克大學任教的華人劉康儘管對中國外宣持肯定態度，也不得不在他為 CNN 寫的一篇評論裡提到，《華爾街日報》的部落客稱中國形象廣告「與美國觀眾脫節」，並且援引一位美方企業高管的話說，「廣告令人恐懼，勝過友善」。[26]

有官方背景的察哈爾外交學會委託香港浸會大學教授孔慶勤與該會聯合研究《中國國家形象片・人物篇》的傳播效果。從 2011 年上半年開始，孔慶勤的團隊開始對美國、英國、澳洲等 3 個國家做問卷調查，每個國家選取的樣本是 400 名，三國加在一起一共有 1200 名受訪者。調查結果是：《中國國家形象片・人物篇》在美國播出後，對中國持負面看法的美國人數量反而有所上升，形象片試圖改變受眾觀點，易導致其不快，是造成此現象的原因。很多人說，「看了這個廣告很緊張，第一個想法是：中國人來了，而且來了這麼多。」[27]

中國政府「花大錢就能辦成大事」的信條，在大外宣上踢到了鐵板。

四、一個國家的國際形象由其國內政治社會狀態決定

中國政府在「形象焦慮症」的驅迫之下，試圖通過推廣大外宣計劃，其中包括電視、電台、媒體、國家形象廣告、孔子

學院等多種傳播手段，引導國際社會按照中國政府自我塑造的「大國形象」去認識中國，但其努力方向卻是完全錯誤的。中國的大外宣計劃，一開始就註定是白白耗費金錢的「面子工程」，留給後世的歷史笑柄。

第一，中國媒體的價值理念始終與西方媒體的價值理念相悖。中國政府至今還堅持認為媒體的功能就是做政治宣傳，即「媒體是黨的喉舌」，這一點導致中國媒體喪失了公信力。在「喉舌論」主導下，中國的媒體至今還保持「報喜不報憂」的報導傳統風格，對「事實」的報導往往服從於政治需要。在對外宣傳中，北京堅持這一媒體管制的傳統，這類風格的報導很難取得西方世界的認同。比如新華社的英語電視和《環球時報》英文版雖然在文字和版面上作了較大改變，但是其中的說教味道仍然很濃，與西方國家注重平衡、中立、不替某一個政黨說話的傳統的距離還是很遠——儘管美國這一原則自 2016 年總統大選之後受到破壞，與中國政府的宣傳還是很不相同——容易讓受眾覺得這些報導在試圖改變與控制受眾的思維。

第二，內政始終是決定一個國家形象的基礎。一個國家的國際形象是由其國內政治與社會狀況決定的。中國每年發生的十多萬起社會反抗事件，與經常發生的侵犯人權事件，無時無刻都在提醒外界，什麼才是真正的中國形象。而中國國內人民現在也很懂得如何通過外國駐華媒體來告訴世界，中國政府是如何惡劣地剝奪人民的生存權。比如 2011 年 12 月廣東的「烏坎事件」中，烏坎人民就很懂得如何通過外媒傳遞真實的資訊。[28]2015 年 7 月 9 日開始的「律師大抓捕事件」（稱之為「七〇九事件」），一直遭受國際社會詬病，被稱為「中共迫害律

師的第三波高潮」。[29] 這些律師的妻子們堅持數年的不屈抗爭，也時時在提醒世界：中國是個沒有人權的黑暗之國。[30] 一個剝奪人民土地、腐敗且使用暴力鎮壓人民反抗的政府不可能在國際社會樹立好形象。

第三，「金錢外交＋大外宣」不是國家軟實力。北京一直認為，以美國為首的西方社會對中國的批評是出於對中國的偏見。只要中國通過「大外宣」塑造出一個國家形象，就能夠改變國際觀感。北京對「軟實力」的理解就是「金錢外交＋大外宣」。

其實，這種中國特色的「軟實力」只能收效於一時。中國政府在國際社會揮灑金錢得到的最大收穫，就是曾經成功地利用一些發展中國家在聯合國人權委員會（2006 年後為人權理事會）中搗亂，使得譴責中國政府侵犯人權的議案從未通過，其餘不少未結善果[31]——緬甸對中國的疏離就是一例。中國多年來在緬甸大灑金錢，並早就辦了多份緬文外宣媒體如《吉祥》雜誌等向緬甸人洗腦，但就在 2011 年 9 月新總統吳登盛上台之後，緬甸政府宣稱暫停中國投入 36 億美元在緬北伊洛瓦底江上興建的水壩工程。通過緬甸的疏離，北京才算意識到，東南亞國家在「經濟靠中國」的同時，從未真正放棄「安全靠美國」的想法。

中國政府至今還沒有意識到：試圖讓文化形態各異、各種政治體制並存的國際社會對中國有一個統一的形象評價，這本身就是一個非常荒謬的想法。比如非洲的辛巴威、南美古巴、亞洲北韓等國贊許認同的「中國形象」，正好是西方國家如美國等厭惡的「中國形象」。既想受到專制國家擁戴，又想受到

民主國家歡迎的「中國形象」，事實上不存在，更不可能通過「大外宣」塑造。

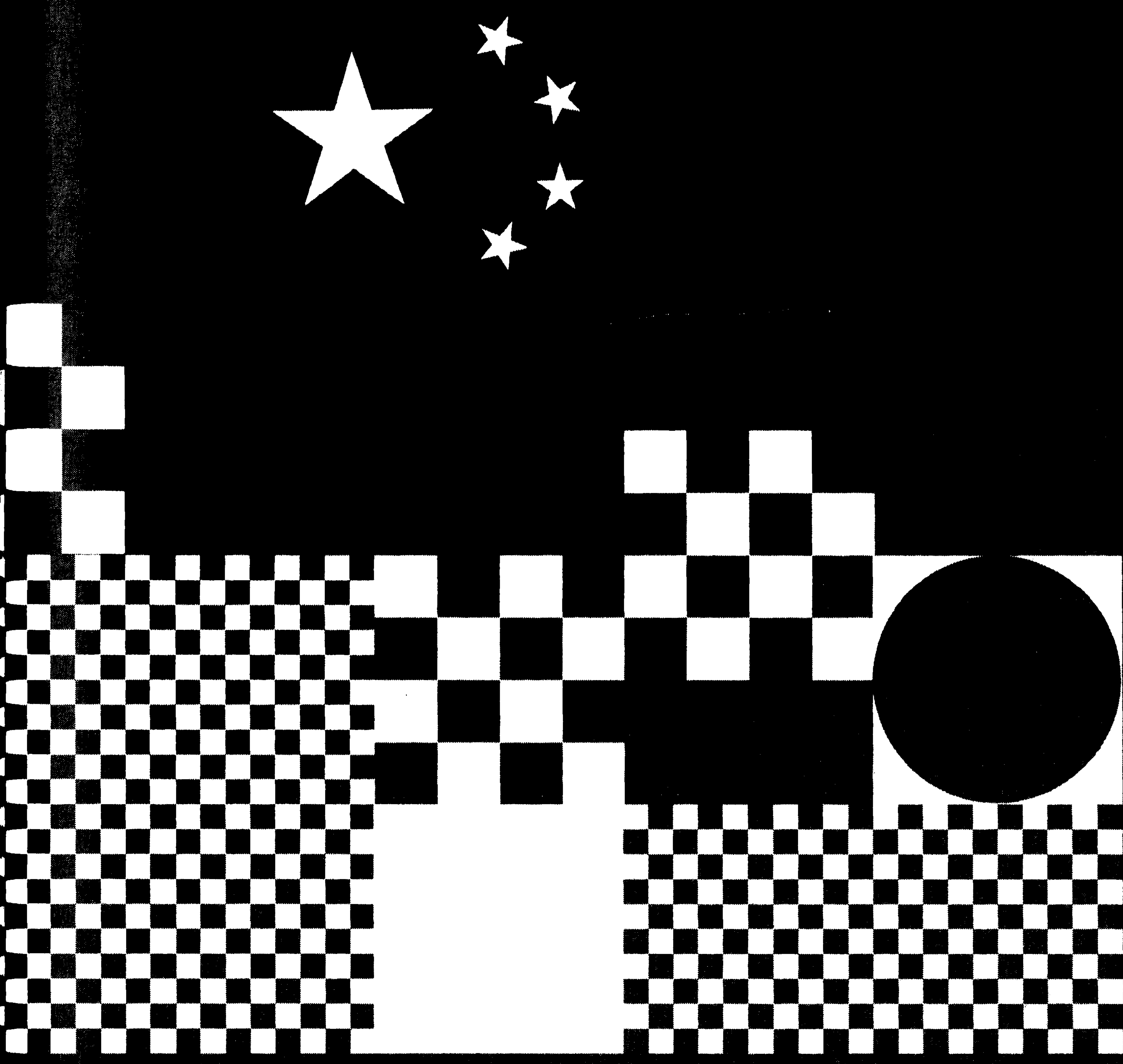
「中國模式」上塗抹的金粉褪色之後，顯露的原形無非就是「經濟巨人＋政治專制＋社會不公＋文化抄襲＋道德缺失」。中國在 GDP 總量上成為世界第二，確實是個經濟巨人；但這巨人是泥足巨人，因為它已經喪失了國內民意的支持，官方媒體在政府操控下的讚美聲越來越透露出虛假，中國政府在網路上雇傭的「五毛」已經成為一個英文新詞；中國社會分配嚴重不公，擁有 87.5 萬個千萬富豪和 5.5 萬個億萬富豪的同時，[32] 還有 1 億 3000 萬日均生活開支不足 1 美元的中國人；[33] 當中國這座「世界工廠」向全世界輸出廉價的劣質商品的同時，盜竊智慧財產權的惡名也遠播全球、這個國家的道德水準降到什麼程度？最腐敗的政府，最不講信譽的廠商，以及北京政府自己都不得不承認的違背醫學倫理的人體器官移植。[34]

北京還沒能認識到：「大外宣」只是形塑國家形象、並為外交服務的一種很不高明的手段。因為國家形象歸根結柢是由其內政（即國內政治的本來面目）決定的，將烏鴉塗成白色之後，最多只是在短時期內讓部分觀者產生「烏鴉是白色的」這種錯覺，久而久之，黑烏鴉還是會露出底色來的。不管中國的「大外宣」如何打扮自己，但世界總有看穿中國真實面目的一天。這一天，終於在 2018 年來臨，美國副總統彭斯 10 月 4 日在華府哈德遜研究所發表公開講話，明確指責了中國的軍事侵略、商業機密盜竊、各種間諜活動、侵犯人權以及試圖干涉即將舉行的美國期中選舉等等，國際社會反應強烈，有的甚至評說這場講話「拉開了冷戰的鐵幕」，中美關係瀕臨決裂。也

許，在各種因素掣肘下，中美關係不會像這些評論預測的那樣嚴重，但中國在美國的大外宣活動，再也不能像以往那樣猖狂且無所顧忌。

結語

2018年：美國阻擊中國大外宣之始



中國大外宣是服務於中國全球戰略的工具，中國的全球戰略是以美國為競爭對手並以趕超為目標，這一點，中國從一開始就毫不遮掩，美國政府也很清楚。是什麼原因讓中國大外宣在美國暢行這麼多年？其實這是美國對華關係的定位所致。

在主張「美國優先」的川普入主白宮之前，美國對華戰略處於模糊地帶，遵從「接觸、合作、影響、改變」這一個從季辛吉時期就定下的基調，一直在「經濟合作夥伴」、「戰略合作夥伴」、「重要的戰略合作夥伴」這幾種關係定位之間徘徊不定。

作為「世界領導者」的美國既然如此定位中美關係，中國在全世界推行自己的全球戰略，建立遍布全球的大外宣媒體王國，自然通行無阻，而且正好為處於失業焦慮狀態中的西方媒體人提供了薪酬優渥的工作，自然很少有人質疑這種紅色大外宣對世界的影響。但是到了 2018 年，情勢發生了急劇轉折，中國想方設法在美國內部經營多年的所有統戰工作，在這一年均趨於瓦解。

一、美國精英對中美關係的戰略性反思

2018 年 2 月 16 日，美國國會眾議院軍事委員會，就美國與中國的戰略競爭舉行了聽證會。普林斯頓大學國際關係教授、2003 年到 2005 年期間擔任美國前副總統錢尼辦公室國家安全事務顧問和政策研究室主任的范亞倫（Aaron Friedberg），在聽證會上表示，自從冷戰結束以來，美國對中國採取了一個「既接觸又平衡」的雙管齊下的策略，目的是要在保持穩定的同時通過與中國的接觸來「馴服」並最終改造中國，使其成為美國主導的自由主義國際秩序中的一部分，最終實現政治上的民主化。但是中國並沒有按照美國所希望的那條道路向前發展，在其變得日益富裕與強大的同時，不但沒有走向民主化，國內政治變得更為壓制，軍事上更加民族主義，外交上更為強勢，有時甚至是咄咄逼人。范亞倫做出結論：「美國過去二十五年的對華策略失敗了；中國目前正在尋求一個範圍廣泛的、全政府的策略，目的是要取代美國在東亞乃至全球的主導地位。」

范亞倫表示，總體來說，中國現在正把它高速發展的軍事、經濟、以及政治與資訊戰的能力結合起來，試圖削弱美國在亞洲的地位，目的是取代它作為具有優勢的區域強國的地位。因此，對付中國的挑戰將需要美國採取一個新的綜合性策略，一個能更有效的動員、整合以及動用不僅是美國而且包括美國的夥伴的國力中所有手段的策略。

范亞倫教授說，美國不需要放棄冷戰以來所採取的綜合策略，但需要調整這個策略中的成分組合，「調控而且在某些方

面限制我們眼下對與中國進行的開放，以及基本上是不受限制的接觸態勢」。他建議，美國政府與私人企業都需要採取更多的行動，防止中國這樣的戰略對手利用美國社會、政治、資訊和經濟體系的開放性來實現他們的目標。尤其是在對抗中國的政治戰行動時，美國的策略應該既包括防守性的措施，也包括進攻性的成分。

另外一位作證的中國問題專家、美國外交關係委員會的資深研究員瑞特納（Ely Ratner）表示，美國與中國現在事實上捲入了一場地緣政治競爭，其結果將決定今後幾十年指導國際關係的準則、規範和機制，但是美國政府未能從這裡對美國未來所具有的重要性地位來看待這場競爭。與會專家一致認為，美國正在輸掉這場競爭，這不僅加大了美國主導的秩序受到侵蝕的可能性，而且也增加了非自由的、中國主導的亞洲以及以外地區興起的可能性。」儘管存在目前的趨勢，美國仍然能夠阻遏中國的勢頭並防止亞洲以及國際上一個非自由秩序的發展壯大。[1]

必須順便提及的是，美國對中國持負面看法的人士近年來逐漸增加。根據皮尤研究中心（Pew Research Center）在 2017 年 2 月進行的一個民調，對中國持負面態度的美國受訪者的比例，從 2006 年的 29%上升到 2016 年的 55%；此外，有 65%的美國人認為，中國是對手或者是美國的嚴重問題，只有不到三分之一的美國人認為，中國不是美國的問題。[2]

就在此次聽證會結束一個多月之後，美國對中國發動貿易戰（2018 年 3 月 22 日至今）。

二、2018 年：美國反紅色滲透的幾個重要報告

今年美國出發表幾個報告，都指向主張中美友好長達幾十年的「擁抱熊貓派」（Panda Huggers）。

2016 年美國總統大選中，川普曾於 10 月 22 日在當年林肯總統發表《蓋茲堡演說》（Gettysburg Address）之地發表了川普版的《蓋茲堡演說》，其中第十條就是要推出反貪腐法案，通過新的職業道德規範改革來清除不良風氣，減少特殊利益集團——「深層集團」（deep state）對美國政治的影響。他上任之後，想重新定位對華關係，也必須把「沼澤」給抽乾。這個過程非常艱難，準備了至少一年多才開始行動。

1、學術間諜的指控公開面世

2018 年 2 月，美國聯邦調查局局長克里斯多夫・瑞伊（Christopher Wray）在美國參議院情報委員會的聽證會上聲稱，中國「學術間諜」瞄準了全美的學術機構，特別是科學、數學等領域，他們用的還是那些「非傳統」的線人，比如教授、科學家、學生，這些線人基本上滲透到了每個學科；成為美國全社會的威脅。而美國學界的「天真」則使這一問題變得更加嚴重，因為他們拒絕承認自己內部有為中國提供情報的「線人」。

按照瑞伊的說法，中國間諜利用了美國學術界的開放性，而這種開放性又是美國社會向來尊重的；因此，中國對美國的威脅，已不僅僅是對「美國政府」（whole-of-government）的

威脅，而是對「美國社會」（whole-of-society）的威脅，這需要全美國攜起手來共同應對。瑞伊在聽證會上說，孔子學院是FBI 重點監視的目標。因為它會跟美國的大學合作。

《華盛頓觀察報》報導了這次聽證會。該報導還說，美國官員普遍認為，中國打算利用學術間諜和教育計劃來影響美國的公眾輿論，這都隸屬於旨在促進中國力量增長的長期計劃的一部分；這項計劃的外交政策被稱作「百年馬拉松」，其最終目標則是讓中國在本世紀中葉取代美國成為超級大國。參議員馬可・魯比歐稱：「我不確定在美國二百四十年的歷史當中，我們可曾面對過有如此等級的競爭對手。」[3]

4 月 11 日，美國國會眾議院一個科技委員會就美國學術機構被外國情報機構滲透舉行聽證。聽證會上，多位證人指出，中國「學術間諜」正滲透美國各個大專院校獲取科學技術，威脅著美國的國家安全和經濟安全。《間諜學院：中央情報局、聯邦調查局和外國情報機構如何暗中利用美國大學》（*Spy Schools: How the CIA, FBI, and Foreign Intelligence Secretly Exploit America's Universities*）一書作者丹尼爾・戈登（Daniel Golden）參加了這次聽證會，他特別指出，中國通過孔子學院來擴大自己的軟實力以及長期的影響力，並試圖影響美國下一代的領袖。同時，中國還試圖通過向美國大學提供資金，打造情報收集和影響政治議程的平台。

2、智庫與 K 街遊說集團：中國的利益關連被曝光

「學術間諜」的指證對美國的中國研究學界的壓力相當

大。美國智庫以公正客觀聞名，政府與媒體對它們的研究多有依賴，成為影響政府和輿論的一種重要的間接權力。但近年來，智庫被指控接受資助為外國政府進行遊說。《紐約時報》曾於 2014 年 9 月 7 日公布一項調查稱，過去幾年，十多家位於華盛頓的智庫接收了外國政府的大量資金，淪為遊說機構，推動美國官員採取利於捐助國的政策。一些學者當時也被迫承認自己迫於壓力作出利於捐助國的結論。據《紐約時報》報導，收買美國智庫的大部分資金來自歐洲、中東以及亞洲部分地區。其中以阿拉伯聯合大公國以及卡達尤甚，中國亦名列其上，收買的方式也多種、多樣。[4]

上述不光彩的事情均涉及民主黨智庫及大佬們建立的 K 街遊說機構，雖然無人否定調查報告的真實性，歐巴馬政府還是裝作不見。此後這類指控還有，比較有名的報告與國會聽證會有這麼幾次：2016 年 7 月 30 日，美國的網路安全智庫「關鍵基礎設施技術研究所」（Institute for Critical Infrastructure Technology，簡稱 ICIT）在華盛頓舉行發布會，推出題為《中國的間諜王朝：經濟上千刀萬剮的凌遲之死》（China's Espionage Dynasty: Economic Death by a Thousand Cuts）的報告。報告說，中國尋求的不僅是竊取商業機密，而且是在經濟上破壞和打垮（interrupt and cripple）包括美國在內的西方國家。[5]2017 年 12 月 13 日，「美國國會及行政當局中國委員會」（Congressional-Executive Commission on China ，簡稱 CECC）舉行題為「中共的長臂：向全球輸出有中國（中共）特色的威權主義」聽證會，指責中共海外滲透威脅到民主國家的核心價值，委員會正在醞釀新的立法思路，以及堅決回擊的

方式。[6]

有了上述長達兩年的持續鋪陳，2018 年 6 月，美國高官離職後為中國遊說、成為中國在美國的利益代言人這一多年存在的問題，陸續被《每日野獸》網站等媒體點名批評之後，[7]美國國會下屬的美中經濟和安全審查委員會（United States-China Economic and Security Review Commission，簡稱 USCC）於 8 月 24 日發表一份長達 39 頁的研究報告《中共海外統戰工作：背景及對美國的影響》（*China's Overseas United Front Work: Background and Implications for the United States*），全面揭露中共統戰工作的歷史背景、目的、組織架構，分析中共對美國、澳洲、台灣的統戰手法及影響。報告對孔子學院做了大量披露：中共教育部漢辦所成立的孔子學院，截至 2017 年在全球 140 多個國家設立超過 500 所，企圖漂白中共形象。孔子學院准許學生學中文，卻不准學生談論「六四」、台灣、新疆、法輪功等議題。另外，孔子學院與統戰部門合作的所謂獨立組織「中國學生學者聯誼會」，即是在「六四」天安門事件後成立，在全世界有 150 多個分會。這個組織與駐在國的中共使領館有密切關係，工作任務是監控海外留學生並介入當地學校活動。[8]

三、彭斯副總統的演講集「屠龍派」觀點之大成

2018 年 10 月 4 日，美國副總統彭斯在華府哈德遜研究所（Hudson Institute）發表講話，公開指責中國的軍事侵略、商

業盜竊、侵犯人權以及試圖干涉 11 月 6 日即將舉行的美國期中選舉，其中一段話明確指向中共在美國通行無阻的「大外宣」：

今天，中國共產黨政府正在獎賞或脅迫美國的工商企業、電影製片廠、大學、智庫、學者、記者、地方、州和聯邦政府官員。最惡劣的是，中國發起了前所未有的行動，以影響美國公眾輿論、2018 年選舉和 2020 年總統選舉前的環境。……中國希望美國有個不同的總統。毫無疑問，中國正在干涉美國的民主運作。我們的情報界認為，中國正在瞄準美國的州和地方政府和官員，以利用聯邦政府和地方政府在政策上的分歧。中國正在利用一些可能引起意見分裂的議題，如貿易關稅問題，以推動北京的政治影響力。今年 6 月，北京發出了一份名為宣傳管理通知的內部文件，其中提出了它的戰略。該通知的原話說，中國必須精準出擊，分化美國國內不同的群體。為了達到這一目的，北京調遣其地下行動人員、幌子組織和宣傳機構來改變美國人對中國政策的看法。我們情報界一位資深官員最近告訴我說，跟中國正在美國各地所做的事情相比，俄羅斯正在做的事情是小巫見大巫。[9]

國際社會反應強烈，有的甚至評說這場講話「拉開了冷戰的鐵幕」，中美關係瀕臨破裂。持這種評論的人，可能對華府智庫圈派別及其觀點的多年演變及動態並不熟悉。

早在 2006 年，我就寫過一篇《美中關係的晴天版與陰天版再次交戰》，介紹美國對華關係上的兩派——擁抱熊貓派

（Panda Huggers）與屠龍派（Dragon Slayers）的由來。

多年前，美國學者伊羅生（Harold Isaacs）就已經意識到美國人對中國的認識極端矛盾，他說：「在西方與中國接觸的漫長歷史中，我們指認中國的兩張臉——高度文明或殘忍荒蠻——不斷變換，這兩張臉分別在不同時期進入或淡出人們的腦際。但它們從不會彼此取代，而是相互依存。這兩張臉隨情勢的變化而發生轉換，進而影響人們對中國的複雜情感——或同情中國或拒斥中國，或呵護或遷怒，或對中國熱情洋溢或敵意有加，熱愛或恐懼，幾至痛恨。」印地安那大學教授華志堅（Jeffrey N. Wasserstrom）則用「晴天版」與「陰天版」這兩個詞來說明美國社會對中國的兩極看法。1989 年中國「六四事件」以後，美國社會形成了「邪惡的中國政府與善良的中國人」這種看法。[10]

1999 年 4 月朱鎔基總理訪問華盛頓與柯林頓總統會談，特別是在關於中國竊取核武情報的《考克斯報告》發表之後，媒體和公共輿論對中國的問題愈炒愈烈，「中國」這個詞反覆出現在新聞報導、社論與政治演說中。有時候，與中國相伴的措辭是「核武間諜」；有時候，一些媒體和政客努力描畫另一幅景象：中華人民共和國是一個充滿了善良人民的國度（其中也包括改革派的領導人），他們堅定地走向了正確的道路。於是，媒體出現了兩個極端對立的中國敘述：一個是不斷製造人權醜聞的中國專制政府，而另一個則是對中國領導人的美化報導，這種報導後來陷入一個新套路：在無法美化老一代領導人時，則努力美化新一代領導人，直到習近平上台之初還是這個套路。《紐約時報》曾於 2013 年 3 月 25 日發表〈彭麗媛為中

國形象加分〉一文，對習夫人極盡所能地予以讚美。甚至想像出在從不允許夫人干政的中共政治舞台上，彭麗媛將會產生積極作用。[11]

這兩大觀點極為對立的陣營，在柯林頓總統主政時期被正式命名為「擁抱熊貓派」與「屠龍派」。在兩派主張當中，擁抱熊貓派當道，中美關係是晴天；屠龍派當道，中美關係則是陰天。從柯林頓以來美國三任總統長達二十四年的時間中，陰天極為短暫，絕大多數時候是晴天。

如果熟悉美國對華政策，就會發現，彭斯講話的內容近年來陸續在華府智庫的屠龍派研究中出現，彭斯講話中提到的白邦瑞（Michael Pillsbury）就是屠龍派的代表人物，他於 2015 年出版的《2049 百年馬拉松：中國稱霸全球的祕密戰略》（*The Hundred-Year Marathon: China's Secret Strategy to Replace America as the Global Superpower*）熱銷，該書的主題就是全面反思中美關係及美國對中國判斷失誤而導致的外交政策失誤。

四、擁抱熊貓派長期主導中美關係的發展方向

擁抱熊貓派主張對華友好，僅僅只是對中國的美好想像在做驅動力嗎？當然不是。

在美國，影響白宮對華政策的至少有四支力量：一支是以兩國經貿關係為優先考量的財政部與商務部（支持者為美國金融界與產業界的跨國公司），代表美國的即期利益需求；另一支以國務院為代表，從柯林頓時期的人權外交開始，一直希望通過接觸、合作、說服、影響來引導中國進入西方體系。上述

兩支力量的主要人物卸下公職後，不少人進入各種智庫與「K街遊說團隊」——即第三支力量。

中國人熟知的「季辛吉顧問公司」（Kissinger Associates, Inc.），由前國務卿季辛吉創辦，他雇傭的人有不少退休外交官，其中包括前駐華大使芮效儉（J. Stapleton Roy）、後來自立門戶開辦諮詢公司的老布希國安顧問史考克羅（Brent Scowcroft）、前國務卿伊哥伯格（Lawrence Eagleburger）等人。這一現象在美國稱為「旋轉門」（Revolving door）。[12]

據美國非政府組織「公共市民」的一項統計顯示，1998年到2005年，在198名從美國聯邦眾議院離職的議員中，有43%成為了職業說客；36個退休離職的參議員中，一半都成為了職業說客。[13]以美國第111至113屆國會（國會兩年一屆，這三屆時間跨度為2009年至2015年）離任成員任職去向為例，根據CRP資料統計，離任的國會議員中有超過30%的人選擇加入遊說公司，超過15%的人會充當私人機構在華盛頓的遊說代理人，約20%的人會去私人機構擔任顧問。[14]這一情況在川普總統上任後略有好轉：2014年，國會議員退休後，其中16%選擇當說客，13%留在華府，2%回家後準備做說客。因為他在競選時就承諾要「抽乾華府的沼澤」，美國前政府官員在離職後5年內不得做遊說工作（原來規定的年限為2年），並且終身禁止美國前政府官員為外國政府進行遊說。2016年底退休的國會議員選擇留在華府的只占5%，選擇當說客的降至8%，回家後準備進入遊說行業的占3%。[15]政府高官同樣如此，小布希政府的國務卿萊斯（Condoleezza Condi Rice）、國家安全事務顧問哈德利（Stephen John Hadley）、國防部長

蓋茲（Robert Gates）在離任後迅速合創公司。像前眾議院撥款委員會的主席、前共和黨全國委員會的主席都是在離職後馬上註冊了自己的遊說公司，轉身向原來的老同事或下屬作起了遊說工作。

這三支力量加上主張接觸政策的企業界人士，以及深諳中國事務的「中國通」們，包括學術界、新聞界、政策研究與諮詢機構的中國問題專家，主張通過增加同中國的接觸影響中國，實行「和平演變」，使中國在意識形態、價值觀和社會制度方面同美國更為接近，從而減少今後中國強盛後與美國為敵的可能性。這一派長期被稱為「接觸派」，在柯林頓總統至小布希總統時期，因這一派明確主張對華友好，被命名為「擁抱熊貓派」。

在這一派的全盛時期，對他們略有批評，就會遭遇到猛攻。2007 年，經濟學家、香港科技大學社會科學部教授穆嘉（Carsten A. Holz），曾在《遠東經濟評論》上發表一篇文章，題為〈從事中國研究的學者都被收買了嗎〉，該文指出：「從事中國研究的學術界人士，包括本文作者自己，習慣性的討好中共，有時自己明確意識到了，有時沒有意識到。這麼做的動機是為了適應生存環境，我們通過以下方式討好中共：提出某些研究課題或者不提出某些研究課題，報告某些事實或者忽略某些事實，我們使用的語言，我們講授什麼以及如何講授。」[16] 這篇文章觸到全球中國研究學界的痛處，我親眼見到作者曾在一個「中國研究」的討論圈裡受到圍攻與嘲笑。

第四支力量就是與接觸派相對應的對華「遏制派」，其主力是 1990 年代後期崛起的新保守主義「外交政策共同體」

（foreign policy community），最初只是七、八個志同道合的朋友縱論國是的私宅聚會，後來便發展到四十來人的「精英圈子」。他們並無正式組織形式，因為它並沒有正式的規程和成員，也沒有辦公機構和領導人，但卻有毫不含糊的綱領和影響力。它的綱領非常明確，就是要把在冷戰後「迷失了方向」的美國外交「拉回正確軌道」，尤其把重點放在美國對華政策的「糾偏」上。

這一派後來被命名為「屠龍派」。到了小布希第二任期，有人覺得這一冠名對以龍為圖騰的中國來說顯得殺氣太重，一度改稱為「敲打熊貓派」。布希執政以來，一批鷹派人士進入政府出任高級官員，但由於「接觸派」以及有錢有勢的「中國遊說團」（China Lobby）多年來居於主流地位，在美國朝野根深葉茂。1966 年中國文革時期就成立的「美中關係全國委員會」（National Committee on United States - China Relations）成員多為擁抱熊貓派主力，小布希只能採取居中的「熊貓避險」策略。

五、《胡佛報告》讓擁抱熊貓派「體面」離場

川普在當選後公布一個「百日計劃」中，明確提出要「抽乾華府的沼澤」（Drain the Swamp），上面所列舉的各種報告陸續公布，打擊外國代理人的防諜工作列上美國政府的工作日程，在將近一年半的時間內，美國朝野終於在中國問題上達成共識：一，美國各界全面檢討對華政策，承認美國幾十年來對華政策失敗；二，承認中國是美國現代史上面臨的最有力和

最可怕的競爭者。前述參議員魯比歐視中國為美國建國以來等級最大的競爭對手，就是這種觀點的代表言論。因此，美國必須採取行動，否則就會輸掉與中國的戰略競爭。三，美國不需要放棄與中國接觸的政策，但必須用抵制、懲罰甚至報復的方式，重塑中國的行為，逼迫中國改變。

在這種氛圍中，擁抱熊貓派占主流的中國研究圈，被迫對長達幾十年的中國研究做一番檢討。

2018 年 11 月 29 日，美國史丹佛大學胡佛研究所、美國亞洲協會美中關係中心與安納伯格基金會陽光之鄉信託，在華盛頓共同發布《中國影響力與美國利益：提高建設性警惕》報告。[17]

數十名研究中國問題的美國學者參與了該報告的撰寫，詳述中國對美國大學、智庫、媒體、僑界、企業、科研等領域的影響與滲透活動，該報告承認美國的中國研究圈對中國誤判，指出中國利用美國的開放民主加以滲透、大舉操弄美國政府、大學、智庫、媒體、企業和僑界，希望借此阻斷美國對中國的批評、以及對台灣的支持。報告承認，正常的公共外交，如訪客計劃、文化和教育交流、政府遊說等，是很多國家政府使用、是可以被接受以展現軟實力的方式。但是，報告認為，中共活動的企圖，在資金投入的廣度、深度，以及強度上，需要進一步加大審查。同時警告，「中共從事的活動，更加有組織性，嵌入美國生活的多元化結構中，取得了更廣泛，可能更長期的影響」。

這份報告列舉了一系列中共活動的例子，從合法的遊說活動，到更加「暗中的、強制的或腐敗的」行為，例如向在美國

學習的中國留學生施壓，讓他們監視美國校園的中國同儕等等，報告用了 22 頁來介紹中共對美國境內中文媒體的控制，揭示了中國共產黨如何指導其在海外的媒體終端運作，以支援「中國特色」的社會主義，推行中共的「改革開放」政策以及反對（美國的）「霸權主義」。報告總結說，「換句話說，它們就是反對西方的意識形態」。

值得注意的是，作者當中不乏原來對中美交流的支持者，面對這一年美國各機構陸續推出的各種報告都涉及的一項指控——中共用利益收買代理人，《胡佛報告》承認一整代學者對中國的誤判是出於認識問題，而非利益收買問題，讓擁抱熊貓派在中美關係的舞台上暫時體面離場——是否最終離場，還得看 2020 美國總統大選結果。

六、失去「擁抱熊貓派」加持，意味中國失去了美國

「擁抱熊貓派」暫時離場，由中國政府出資的孔子學院、及在大學中的中國研究（資訊）中心等也紛紛關閉。中共多年以來的全球擴張——尤其是在美國的紅色滲透，一直一帆風順，終於第一次遇到阻力。熟悉中美外交史、尤其是近二十多年的兩國關係，對這種阻力的嚴重程度判斷並不一樣，這些人的主力雖然行將老去，但中國仍然希望 2020 年美國民主黨或許可以奪回白宮，擁抱熊貓派能夠捲土重來。

擁抱熊貓派自身也對此充滿期待。2016 年總統大選之後的 40 天，美中關係全國委員會在紐約聯合國總部補辦了該機

構成立 50 周年的慶典活動。說是「補辦」，是因為該委員會成立於 1966 年 6 月，周年紀念活動本應在 6 月舉辦，遲至 12 月 15 日補辦慶生活動，當然是向候任總統川普展示其政治力量。中國媒體大書特書這次活動，繪聲繪影地描繪了會場景象：美中關係全國委員會會長歐倫斯（Stephen Orlins），向參加慶祝餐會的 500 多位嘉賓致辭時，用中文字正腔圓地念了一段《毛澤東語錄》：「我們的同志在困難的時候要看到成績，要看到光明，要提高我們的勇氣。」美媒稱，嘉賓們的掌聲顯示了大家都理解了會長的潛台詞，也反映了美中關係所面臨的壓力，並反覆從各種角度報導了季辛吉聲稱「一個中國」是美國毫無爭議的主張。[18] 中國官媒「環球網」於 2018 年重提此舊事，當然是對擁抱熊貓派重歸中美友好大政治舞台充滿期待。[19]

我認為，中國失去「擁抱熊貓派」的加持，就意味著失去了美國。失去美國，就意味著中國將失去不小的國際空間。2018 年中美貿易戰開打之後，各國一開始還處於觀望狀態。到了 11 月分，各國開始選邊站，不少「一帶一路」國家紛紛出來指責中國令他們深陷債務泥潭。[20] 今後擁抱熊貓派的重歸美國政壇，目前只能是期待。畢竟兩年當中，美國政治將發生什麼，幾乎難以預測。中美貿易戰開打之後，中國苦無良策應付美國，乃因遇到的第一道難題就是根本無法瞭解川普到底想幹什麼。第二道難題則是無法通過原有的說客團隊對白宮加以遊說。被譽為「知美派」的王歧山，雖然想方設法與到中國訪問的商界領袖、學界精英、記者接觸，傾聽他們的意見。可惜，這些人本來絕大多數就是擁抱熊貓派，都屬於反川普陣營，既無從瞭解川普團隊的所思所想，也無從介入遊說。正因如此，

中共對川普幾乎無計可施，從柯林頓時期開始的中國方式——通過美國利益集團施壓以改變白宮對華外交政策的方式完全失靈。

中國過去得到美國，是依賴擁抱熊貓派對白宮、國會從各方面施加影響。這種影響一直很有成效，僅從智慧財產權一項來說，就為中國贏得了足足二十年時間。2018 年 6 月 6 日，美國參議院小組委員會曾舉行題為「千人計劃：中共滲透和利用美國學術界的運動」的聽證會，披露中國對美諜戰的內容。美國國防及情報官員在聽證會上表示，中共通過「千人計劃」吸引在美國受教育和工作的科技人才，其目標是通過合法及非法的手段將美國技術、智慧財產權和知識轉移至中國，形成強大的國家競爭力。[21] 12 月 12 日，美國參議院司法委員會舉行一個關於中國間諜問題的聽證會，美國司法部助理部長德梅斯（John Demers）在會上作證時表示：「從 2011 年到 2018 年，超過 90％的間諜案涉及中國，中國的行動速度正在加快」，「劇本很簡單：掠奪、複製和取代」，「掠奪美國公司的智慧財產權，複製美國公司的技術，然後在中國市場和全球市場上取代美國公司」。在這次會議上，FBI 高官嚴厲警告：中國間諜活動已演變成國家和經濟安全威脅。[22]

但如果熟悉中美外交史，就會想起這些指控似曾相識，因為二十年前被擱淺的《考克斯報告》對中國間諜類型的指控與 2018 年的陳述相比並無二致，這些間諜瞄準的目標也是當時美國最先進的技術。

美國是世界上的科技大國，每項科研成果的取得都花費巨大，因而重視保護智慧財產權。1996 年，美國通過了《經濟

間諜法》（*Economic Espionage Act*，簡稱 EEA），首次規定「竊取商業機密或智慧財產權等無形資財」為刑事犯罪。[23] 這種經濟間諜有別於竊取政治、軍事情報的間諜，美國司法部為此特別頒發指導手冊，指出經濟間諜罪必須同時具備四個要件：一、被告人竊取或在未獲得商業機密持有人允許的情況下獲取、破壞或者傳播資訊；二、被告人明知相關資訊是他人所專有；三、資訊內容是商業機密；四、被告人的行為是基於使外國政府、外國機構或者外國代理人獲益的目的。第四要件成為犯罪能否成立的關鍵。[24]

《經濟間諜法》出爐之後，美國眾議院由來自加利福尼亞州的共和黨眾議員克里斯多夫・考克斯（Christopher Cox）主持起草了一份機密報告，稱《考克斯報告》（*Cox Report*），於 1998 年 6 月 18 日以 409 對 10 票的結果，決定成立一個特別委員會，其任務是調查技術或其他資訊是否轉移到中國，因為這些技術很有可能被用於加強已有的核武器、發展洲際彈道飛彈或研發其他大規模毀滅性武器。

該報告指出，中國於 1980 年代至 1990 年代在美國展開了大量的間諜活動。中國搜集情報並非依靠專業人員，而是通過訪問學者、學術交流專案、在美國科技界或重要部門工作的華人、記者等。[25] 當時正是美國結束「六四」時期宣布的經濟制裁，中美各方剛剛恢復正常交流，亟盼加強中美交流的美國學界、商界、科技界對這個報告強烈反對，甚至有人將其批評為「麥卡錫主義」。在美國國內各方的巨大壓力下，《考克斯報告》束之高閣。美國的科技公司與研究型大學從此成為不設防之地，中國通過「千人計劃」從美國引進兩頭就職的人才，向

美國高科技公司以「求、借、偷」的方式取得技術，科技水準在這二十年裡獲得大幅度躍升，最後居然拿著偷來的鑼鼓當眾敲，將《中國製造 2025》當作國策宣示於世，終於惹惱了美國。美國總統川普向中國發動貿易戰的原因之一，就是針對中國盜竊智慧財產權與《中國製造 2025》。

擁抱熊貓派的大本營是美中關係全國委員會。這個委員會在改善促進美中關係上可謂深耕細耘，從 2006 年至 2014 年，一共組織過五次眾議員訪華，每次五人。副會長白麗娟（Jan Berris）女士公開表示，她希望這種訪問能促使議員學會換位思考，理解「為什麼中國做出這樣的決策」。此外，還多次組織國會工作人員訪華，每次訪華都多少改變了訪問者對中國的印象。英文《中國日報》稱這類訪問活動為「文化交流」，期間的「一切費用均來自中方的好意」。[26] 現在失去擁抱熊貓派，就意味著失去美國，中美關係將從戰略接觸走向對抗性競爭。儘管中國的全球戰略的終極目標是要超越甚至擊垮美國，但要達到那個目標非常遙遠。目前，中國失去美國，就意味著失去一半世界，這個說法毫不誇張。

無論中國是否願意承認，中國在閉關鎖國多年後，只與有限的幾個西方國家比如法國、加拿大、英國等建立了外交關係。中國真正為世界所接納，是獲得美國認同之後、再得到西方世界的普遍認同。

1971 年 7 月 9 至 11 日，為實現尼克森總統訪華和中美關係正常化，時任美國總統國家安全事務助理的季辛吉秘密訪問中國，這次訪問被稱為「破冰之旅」。日本政府聞風而動，於 1972 年 9 月 29 日中日宣布正式建交，兩國政府簽署一份聯合

聲明，其時距季辛吉秘密訪華才半個多月。此後，德國、澳洲、紐西蘭等紛紛在當年建交。1989 年「六四屠殺」之後，西方國家對中國實行經濟制裁，也是老布希總統率先放棄制裁，才帶動了西方國家紛紛取消。當時，老布希對鄧小平以「老朋友」相稱，提議派密使訪中談判，並在同年舉行的 G7 高峰會上，聯合日本政府一道降低了七國集團原本強硬譴責北京的聲明語調，才算是重新打開了中國通往世界的門。此後，柯林頓時期在開展對華人權外交的同時，也設立了對華法律援助專案。小布希因為「九一一事件」需要中國在反恐方面合作因而採取了「熊貓避險」策略。

這一期間最重要的事情是美國同意中國加入 WTO，成為世界工廠，迎來經濟上的黃金十年，才有了「中國崛起」。但只有到了歐巴馬當政的八年，中國才真正由經濟合作夥伴關係進入到戰略合作夥伴。

歐巴馬時期是「擁抱熊貓派」全面主導美國對華關係時期，而且到了肆無忌憚的程度。2008 年 11 月大選獲勝之後，委託位於美國紐約的智庫「東西方研究中心」起草對華外交政策。東西方研究中心做了美國外交史上從來沒有做過的事情，將這一任務發包給美國外交目標國——中國外交部下屬機構中國國際問題研究所（中國外交部下屬機構），所長馬振崗掛帥、研究員劉學成撰稿，一份開給歐巴馬的「期望清單」及時在歐巴馬接掌白宮之時奉上，提議中美兩國建立五個夥伴關係：經濟夥伴關係、反恐夥伴關係、防擴散夥伴關係、綠色夥伴關係、跨太平洋夥伴關係。並特地指出「這份『期望清單』不僅僅反映美國的聲音，也包含中國的視角；其內容一半由美方起草，

另一半則由中方撰寫」。[27]2009 年 1 月，歐巴馬剛舉行完就職典禮，美國前國家安全顧問布里辛斯基、前美國常務副國務卿勞勃·佐利克、世界銀行前首席經濟學家林毅夫、英國歷史學家尼爾·弗格森等人就向歐巴馬提出，要將構建「G2」（兩國集團）作為中國和美國之間一個非正式特殊關係，以此作為中美關係的中心。[28]

所謂「G2」，就是讓中美兩國共同承擔世界領導者的責任，連這種有意忽視中共是極權政體這一特點的建議都能提出來，這就決定了歐巴馬在白宮八年，與中國的關係就在「合作夥伴」、「戰略合作夥伴」、「重要的戰略合作夥伴」之間游移不定，直到歐巴馬第二任期行將結束的 2015 年，美國還放棄了自己在國際貨幣基金組織中的一票否決權，同意中國人民幣入籃，讓中國圓了人民幣國際化征程開始之夢。[29]歐巴馬在離任前最後一年，在接受《大西洋月刊》的採訪時，將自己的政治遺產歸納成「歐巴馬主義」，其中對中國的最重要的觀點仍然是「對世界而言，一個衰落的中國比一個強大的中國更可怕」。[30]

正因為失去了「擁抱熊貓派」的加持，2018 年美國才得以開展反中國的學術間諜與技術間諜、反紅色滲透的各種活動，其中最直接的打擊是針對中國引進在美華人科學家的「千人計劃」，不少人被抓捕。其中最傑出的千人計劃參與者之一、史丹佛大學物理學教授張首晟於 2018 年 12 月 1 日自殺，死因是因為他開辦的丹華公司被 11 月 20 日公布的「301 調查報告」點名，指其通過風險投資向中國轉移技術。[31]中國國家主席習近平雖然說了要自力更生，但多年來依靠向在華外企強制「購

買」，甚至依靠「千人計劃」在美國偷竊技術的國度，又如何能夠頓時就變成「自力更生」？

事實證明，中共的撒幣購買媒體在贏得半心半意的追隨者與服從者方面非常有效，西方與貧窮國家的記者們一邊從中國政府那裡拿錢，一邊用「文學創作」的方式寫各種有關中國的「新聞」，這些新聞他們自己都不怎麼相信。這個歷經十年、由一個極權政府花巨額金錢打造、遍及全球的紅色媒體王國，堪稱中共創造的人類歷史上最荒誕的「1984」圖景。

追根溯源，這個 1984 媒體王國的建成是拜全球化之賜：中國 1978 年宣布改革開放時，GDP 總量只有 2,185 億美元（0.2185 兆）；加入 WTO 的 2001 年，中國 GDP 總量為 1.34 兆，北京承諾開放市場，用半開放的市場換來了西方國家的全方位開放，經濟獲得長足發展；到 2009 年，中國的 GDP 總量就高達 5.11 兆美元，超過日本，成為世界第二經濟大國，從此有了底氣，開始在全球範圍內大張旗鼓地推行其大外宣「宏圖偉業」，在美國等西方國家肆無忌憚地進行紅色滲透。

如今美國剛剛開始省悟，但要將放出來的魔鬼收回瓶中，談何容易。2018 年，中國與美國一爭雄長的全球戰略嚴重受阻，中國對海外尤其是對美國的紅色滲透腳步暫時放緩，大外宣只能暫時稍斂其鋒芒。這一年的 12 月，前 BBC 記者 Louisa Lim（林慕蓮 @limlouisa）與 Julia Bergin（@juliabergin1）寫了一篇調查性報導《解密北京雄心勃勃的全球宣傳布局》，其中談到她們的西方同行如何為了金錢而放棄新聞原則加盟中國大外宣隊伍。兩位記者特別提到，相對現實利益的吸引，所謂道義考量對這些西方記者來說實在微不足道。[32]

通觀當今世界局勢，中國紅色大外宣的擴張步伐，僅僅依靠美國屠龍派的扼制很難根除，就在我寫這篇結語的時候，看到了一條驚人的消息，執世界通訊牛耳的美聯社執行長普魯特，於 11 月底前往北京會晤中國新華社社長蔡明照，雙方同意兩家機構在新媒體、人工智慧運用與經濟訊息等領域合作。這項合作引來美國國會關注，國會議員日前致函美聯社，要求公布與新華社簽訂的備忘錄內容並做說明。[33]

美聯社成立於 1846 年 5 月，是由各成員單位聯合組成的合作型通訊社。經過多年發展，擊敗了傳統的競爭對手合眾國際社，成為美國第一大通訊社與世界最大的通訊社。截至 2005 年年底，美聯社的合作夥伴包括 1700 多家報紙、超過 5000 家電視和廣播電台、243 家新聞分社，在全球 121 個國家設有辦事處，還經營美聯社衛星網路覆蓋全球，報導重大事件。美聯社在絕大部分美國媒體開有專版，事實上已經成為新聞報導的標竿。[34] 如果美國國會未能阻止這項合作，這將是中國大外宣與西方媒體的頂級合作。

但是，中國經濟衰退與財政壓力，將迫使中共不得不減少大外宣的巨額投入。2018 年中國 GDP 增速嚴重下滑。12 月中旬，中國農業銀行首席經濟學家向松祚在中國人民大學演講時披露：2018 年經濟嚴重下行，國家統計局公布的資料是 6.5%；另一個非常重要的機構的研究小組內部發布的報告是，目前中國 GDP 的增長率為 1.67%。這種情況下，政府財政收入必然下降，依靠金錢支撐的大外宣的投入資金也必然隨之縮水。只有在財政收入持續下降的情況下，中國當局才會減少大外宣這一相對國內維穩來說比較次要的政治工程投入。

西方世界尤其是美國熱情地張開雙臂歡迎中國，希望它與國際接軌，成為國際社會負責任的成員，為此大力促進幫助中國經濟的發展。西方的全方位開放得到的回報是中國政府嚴格限制下的市場部分開放，結果種瓜得豆，不是西方改造了中國，而是中國滲透了西方，讓西方人變得中國化。中國政府投入巨資推行大外宣戰略，在西方收購媒體與記者服務於北京的「恩庇侍從」結構，得益於金錢，也將失敗於金錢枯竭。

後記

遲到八年才面世的
大外宣研究報告

寫這篇後記之時，不管我此生經歷過多少風雨，心中的感覺還是非常複雜，因為距離它應該面世的 2011 年，幾乎晚到了整整八年。

在寫作《霧鎖中國：中國大陸控制媒體策略大揭密》的過程中，我發現中共在控制海外華文媒體方面傾注了極大財力人力，緊接著查閱到不少中共對台灣媒體實行紅色滲透，以及香港媒體自由如何一點一點被蠶食的資料。這一過程中，正好遇上 2009 年中國投入 450 億元打造大外宣工程，因此我向一家 NGO 申請了一筆研究經費，歷時兩年完成了一個有關中國大外宣的研究報告，約六萬字左右。但在交付報告後，該機構負責人在諮詢了香港辦公室工作人員的意見後，決定不出版，希望我五年後有機會再自行發表。

在這段一期間，中國的大外宣工程日益龐大，加盟的外國記者越來越多，中國的大外宣也早從華文媒體擴展到其他語文，構成了一個覆蓋全球的紅色媒體帝國。隨著中共推動大外宣的行動越來越頻繁高調，不時會有各種相關新聞出來。遇到這種時候，我會將報告的部分內容結合當時的事件寫成短文發

表，例如，《揭開神秘的「大外宣」計劃之面紗》、《世界華文媒體的政治版圖：北京對海外華文媒體的控制》、《晾晾多家港媒老闆的政治面目》、《海外華文媒體緣何心向北京？》、《紅色資本滲透與台灣媒體「靠岸」》、《同床異夢的「世界媒體峰會」》。

因為這些短文，不少人知道我熟悉這個領域的情況，有相關事情時，總來向我諮詢。報告被多次借閱、譯介及部分傳播。例如美國之音中文部在 2011 年初面臨裁撤風險時，曾向我借閱過這份研究報告的初稿，作為去國會遊說的資料參考。2017 年 2 月，龔小夏女士再度回到美國之音中文部主任這個位置上之後，曾滿懷雄心讓中文部再展輝煌，也向我借過這一報告。獲得我的同意後，將其中重要內容譯寫成一份專題報告交呈國會相關議員，據說參議員魯比歐很欣賞這份報告，從此很關心中國的新聞自由問題。2018 年 2 月，前《華盛頓郵報》駐華記者潘文（John Pomfret）寫信給我，要求採訪關於中國的大外宣，我認為他是用英文寫作這題材的合適人選，將這本研究報告全本提供給他，希望對他的研究有所助益。也因為這些文章的發表，以及報告被借閱後的流傳，2018 年 11 月 29 日，美國史丹佛大學胡佛研究所、美國亞洲協會美中關係中心與安納伯格基金會陽光之鄉信託在華盛頓共同發布《中國影響力與美國利益：提高建設性警惕》報告，報告的第六部分，「媒體」（Section 6，Media）參考了我這份未能面世的大外宣研究報告，引用了其中觀點與不少資料，並特別在該文註釋 1 中加以說明[1]，這也算是我這項研究心血沒有白費的證明。

2018 年 3 月中國兩會期間，上海衛視第一財經台的女記

者梁相宜對「美國全美電視台」台長張慧君的提問翻白眼，引發輿論廣泛熱議。有網友迅速起底所謂的「全美電視台」實則是中共外宣工具，是十足的「假外媒」。也因此，我想起應該花點時間將這份被擱置長達八年的報告補充修改後發表。整個2018年我將寫專欄之外的時間全部花在這項寫作上。這項研究對我也是必要的，因為在搜索資料的過程中，我發現了中國政府在大外宣上的不少「創新」，比如對台灣新聞的置入性方式、與拉丁美洲國家的中外新聞共用模式、通過軟廣告購買著名西方媒體版面宣傳中國，讓他們成為中共大外宣當中的「協力廠商力量」等等。

感謝台灣大學新聞研究所教授張錦華女士，當年蒙她推薦拙作《霧鎖中國：中國大陸控制媒體策略大揭密》。她對台灣新聞自由身體力行的守護，讓我由衷欽佩。感謝香港著名媒體人程翔先生，他是我認識長達三十餘年的老友，他本人就是中共控制香港媒體的受害者與深度觀察者。蒙他們二位名筆為拙著寫序，是我的榮幸。感謝推友 @kRiZcPEc，這部書稿的最後校對承蒙她幫忙，她的努力讓拙作盡可能減少了文字錯誤。

在長達三十餘年的學術生涯中，我一直追蹤中國正在發生的政治、經濟、文化等變化，關於經濟方面的文章，寫成了兩本書：《中國的陷阱》（1997年10月香港明鏡出版社出版，次年2月以《現代化的陷阱》為書名、由北京今日中國出版社在中國發行）與《中國：潰而不崩》（2017年由八旗文化出版），這兩本書預測了中國四十年的發展，前一本預測的在中國已經成為現實，只是現實比書中預測的更殘酷，後一本談的是中國未來二十年的狀態。關於中共的媒體控制，我先後寫過

兩本書：一部是《霧鎖中國：中國大陸控制媒體策略大揭密》（黎明文化，2006 年出版），談的是中國政府管制國內媒體；另一本則是這部《紅色滲透：中國媒體全球擴張的真相》，談的是中國如何利用金錢，在全球建立一個由中共政府管控的紅色媒體帝國，這些媒體正像八爪魚一樣，向全世界伸出其骯髒的爪子，這些爪子所到之處，多少造成各種資訊上的汙染。

讀完這四本書，就會明白我分析的就是一件事情：中共統治的制度性結構鎖定是如何達成的。我的命運如同俄羅斯詩人萊蒙托夫（Mikhail Lermontov）在《預言者》這首詩中所談的一樣：眾所周知，萊蒙托夫的《預言者》的命運，遠不如普希金（Aleksandr Sergeyevich Pushkin）的《預言者》那麼幸運。

註釋

◎導讀 2　「大外宣」：中共與西方的意識形態之戰

1　如何應對西方媒體偏見〉（作者係《中國日報》社主任編輯、《中國日報．香港版》及亞太分社副總編），2016 年 6 月 6 日。
2　張知幹，〈新時期外宣工作應樹立新的外宣理念〉。
3　「意見自由市場」的理論最早是從英國的約翰．米爾頓（John Milton）的《論出版自由》（*Areopagitica: A speech of Mr. John Milton for the liberty of unlicensed printing to the Parliament of England*）一書中引申出來的。
4　《毛澤東新聞工作文選》，新華出版社，1983 年版，第 182 頁。
5　韓寒，〈太平洋的風〉，聯合新聞網，2012 年 5 月 14 日。
6　程翔，〈貿易戰戳破「中國模式」的神話〉，《信報》網路版論壇，2018 年 8 月 22 日。

◎前言　「大外宣」是中國推行全球戰略的文化工具

1　〈中共 450 億爭奪話語權〉，《鳳凰週刊》，2009 年第 7 期總第 320 期，2009 年 3 月 14 日。
www.mediaview.cn/article.asp?id=554
2　Anton Troianovski, "China Agency Nears Times Square", *The Wall Street Journal*, June 30, 2010.
online.wsj.com/article/SB10001424052748704334604575339281420753918.html
3　Josh Barbanel, "World Turns to N.Y. Icon", *The Wall Street Journal*, July 13, 2011.
online.wsj.com/article/SB10001424052702303678704576442253261292290.html
4　〈新華社紐約時報廣場最大廣告位試運行〉，新華網（廣州），2011 年 8 月 1 日。
news.163.com/11/0801/20/7AD902K900014JB5.html
5　David Barboza, "China Puts Best Face Forward With News Channel", *The New*

York Times, July 1, 2010.
www.nytimes.com/2010/07/02/world/asia/02china.html?_r=1
6 Group of Two, Wikipedia.
wikivisually.com/wiki/Group_of_Two
7 熊敏，〈新華社出海「踩油門」〉，21 世紀經濟報導，2010 年 8 月 17 日。
finance.eastmoney.com/news/1355,2010081790350313.html
8 Helle C. Dale, "All Out: China Turns on the Charm", *World Affairs*, July/August 2010.
www.worldaffairsjournal.org/article/all-out-china-turns-charm
9 揚眉，〈法國輿論看中國〉，法國國際廣播電台，2011 年 3 月 20 日。
rfi.my/esrEea
所引內容來自《世界外交論衡》2011 年 3 月號；"Un CNN à la chinoise", Pékin cherche à concilier puissance et stabilité, *Le Monde diplomatique*, Mars 2011.
www.monde-diplomatique.fr/2011/03/LUTHER/20257
10 Louisa Lim, Julia Bergin, "Inside China's audacious global propaganda campaign", *The Guardian*, Dec 7, 2018.
www.theguardian.com/news/2018/dec/07/china-plan-for-global-media-dominance-propaganda-xi-jinping
11 高山，〈收購《洛杉磯時報》，這名華裔醫生續寫傳奇〉，新華網，2018 年 2 月 11 日。
www.xinhuanet.com/world/2018-02/11/c_1122402866.htm

◎第一章　源遠流長的中共對外宣傳史

1 〈中共 450 億爭奪話語權〉，《鳳凰週刊》，2009 年第 7 期，總第 320 期。
blog.ifeng.com/article/2387360.html
2 所謂「延安時期」是指從 1935 年 10 月紅軍「長征」進陝北起，至 1948 年 3 月毛澤東率中共中央到河北平山縣西柏坡為止。這段時期中共中央以陝北和延安作為中共大本營和總後方，前後約十三年時間，史稱「延安時期」，又稱「陝北十三年」。
3 〈中國共產黨在延安時期的外交活動〉，《人文》雜誌（西安），2002 年 1 月。
www.cass.net.cn/zhuanti/jianjun80/show_News.asp?id=100420
4 晉察冀：這是當時國民政府時期的行政區簡稱。「晉」即山西。「察」即民國時期的察哈爾省，以察哈爾蒙古族命名；1952 年，察哈爾廢省，現主要在內蒙古自治區、河北省和山西省，延慶縣劃給北京市。「冀」，河北的簡稱。
5 王笠銘，〈抗日戰爭時期我黨的國際宣傳活動〉，人民網．軍事，2010 年 6 月 21 日。
military.people.com.cn/GB/8221/51757/45802/194788/194790/11928861.html
6 周瑾，〈梳理對外傳播脈絡，展望未來——專訪全國政協委員、原中國國際廣播電台台長李丹〉，《對外大傳播》，2007 年第 5 期。
media.people.com.cn/GB/22114/41180/84930/5810977.html

7 唐洲雁，〈反對法西斯主義視野下的美國觀〉，《毛澤東的美國觀》，陝西人民出版社，2009 年。
read.dangdang.com/content_622668

8 〈中國共產黨在延安時期的外交活動》，《人文》雜誌（西安），2002 年 1 月。
www.cass.net.cn/zhuanti/jianjun80/show_News.asp?id=100420

9 申宏磊、于淼、崔斌箴、沈曉雷，〈對外宣傳工作應改革開放而生——專訪新時期外宣事業的開拓者朱穆之〉，《對外傳播》，2008 年 11 期。
qkzz.net/article/55887f70-4b38-4496-8cd3-f4e9d5d5ecb1.htm

10 〈《江澤民傳》作者暢談創作過程及其「中國情結」〉，《南方日報》，2005 年 2 月 24 日。
www.southcn.com/news/gdnews/rw/200502250590.htm

11 李慎之（原中國社會科學院副院長），〈革命壓倒民主〉，美國《當代中國研究》，2001 年第 4 期（總第 75 期）。

12 西柏坡是河北省石家莊市平山縣一個山村，距河北省石家莊 90 公里。1948 年 5 月，毛澤東率中共中央、中國人民解放軍總部移駐西柏坡，在此地指揮共軍對國軍的戰役。1949 年 3 月 23 日，中共中央、中央軍委和中國人民解放軍總部從西柏坡遷入北平。因此，1948 年 5 月至 1949 年 3 月這段時期在中共黨史上稱之為「西柏坡時期」。

13 晉冀魯豫，國民政府時期的行政區。晉，山西；冀，河北；魯，山東；豫，河南。

14 1923 年中共曾在上海辦過一家《中國青年》周刊，後遷至廣州、漢口等地，幾度易名後停辦。1939 年創辦的《中國青年》與其同名，但兩者除刊名相同外，並無淵源。

15 張芸、郝斌生，〈西柏坡時期中國共產黨新聞實踐的現實思考〉，《中國記者》，2010 年第 9 期。
www.chuanboxue.net/list.aspunid=7600

16 同前註。

17 美國律師、政治家，第 51 任美國國務卿，在其任內主導編寫了《美國與中國的關係：特別著重 1944 年至 1949 年的階段》（*The China White Paper, originally United States Relations with China: With Special Reference to the Period 1944-1949*），亦稱《對華關係白皮書》，於 1949 年 1 月發表。

18 黃澤存，《新時期對外宣傳論稿》，五洲傳播出版社（北京），2002 年 11 月 1 日第一版，頁 68。

19 所謂《九評蘇共中央公開信》是由毛澤東親自主持、鄧小平負責的一場在共產主義陣營內部的爭論，中共將此看作是對其他共產主義國家宣傳自己政治主張的重要機會，由九篇文章組成，這九篇文章的標題依次是：〈蘇共領導和我們分歧的由來和發展——評蘇共中央的公開信〉、〈關於史達林問題——二評蘇共中央的公開信〉、〈南斯拉夫是社會主義國家嗎？——三評蘇共中央的公開信〉、〈新殖民主義的辯護士——四評蘇共中央的公開信在戰爭與和平問題上的兩條路線——五評蘇共中央的公開信〉、〈兩種根本對立的和平共處政策——六評蘇共中央的公開信蘇共領導是當代最大的分裂主義者——七評蘇共中央的公開信〉、〈無產階級革命和赫魯雪夫修正主義——八評蘇共中央的公開

信〉、〈關於赫魯雪夫的假共產主義及其在世界歷史上的教訓——九評蘇共中央的公開信〉，此外還加上四篇附錄：〈附一：關於無產階級專政的歷史經驗〉、〈附二：再論無產階級專政的歷史經驗〉、〈附三：關於國際共產主義運動總路線的建議〉、〈附四：列寧主義，還是社會帝國主義？〉。

20 李瑗，〈試述《九評》與中蘇論戰〉，《理論學刊》，2008 年第 4 期。
www.sddx.gov.cn/001/001013/001013003/4861756754163.htm

21 同前註。

22 鄧小平，〈處理兄弟黨關係的一條重要原則（1980 年 5 月 31 日）〉，中共中央文獻研究室。
www.people.com.cn/GB/34948/34968/2620257.html

23 《鄧小平文選：第 3 卷》。人民出版社（北京），1993，頁 291。

24 申宏磊、于淼、崔斌箴、沈曉雷，〈對外宣傳工作應改革開放而生——專訪新時期外宣事業的開拓者朱穆之〉，《對外傳播》，2008 年 11 期。
qkzz.net/article/55887f70-4b38-4496-8cd3-f4e9d5d5ecb1.htm

25 黃澤存，《新時期對外宣傳論稿》，五洲傳播出版社（北京），2002 年 11 月 1 日，第一版，頁 71。
作者註：「文革」時毛澤東號召中共批評蘇聯修正主義為「三和一少」以及「三降一滅」。所謂「三和一少」是指：對帝修反要和（三和），對世界革命援助要少（一少）；所謂「三降一滅」指：投降以美國為代表的帝國主義、以蘇聯為代表的修正主義、以印度為代表的各國反動派，撲滅人民革命運動。黃澤存的文章取兩條合併為「三和一滅」。

26 程映虹，〈向世界輸出革命——「文革」在亞非拉的影響初探〉，《當代中國研究》，2006 年第 3 期，總第 94 期。

27 同前註。

28 同前註。

29 鄒一民，〈1967 年毛主席和周總理在外交戰線上制止無政府主義氾濫〉，《烏有之鄉》，2011 年 1 月 7 日。
www.wyzxsx.com/Article/Class14/201101/207818.html

30 即亞洲、非洲、拉丁美洲之簡稱。

31 申宏磊、于淼、崔斌箴、沈曉雷，〈對外宣傳工作應改革開放而生——專訪新時期外宣事業的開拓者朱穆之〉，《對外傳播》，2008 年 11 期。
qkzz.net/article/55887f70-4b38-4496-8cd3-f4e9d5d5ecb1.htm

32 朱穆之，〈建立系統的對外宣傳工作，介紹中國良好形象——在全國對外宣傳工作會議上的講話（1986 年 11 月 26 日）〉，《風雲激蕩七十年》，五洲傳播出版社。
www.humanrights.cn/cn/zt/tbbd/fyjd70n/03/t20070110_198142.htm

33 翟東升，〈外宣工作脫困〉，《IT 經理世界》，2006 年第 13 期，7 月 5 日。
www.ceocio.com.cn/12/93/148/165/6876.html

34 朱英華（中華全國新聞工作者協會國際聯絡部主任），〈外宣工作要少講大道理不講空道理〉，新聞傳播網，2005 年 5 月 17 日。
www.hljnews.cn/by_xwcb/system/2005/05/17/000254208.shtml

35 黃友義，〈時代的創新：與美國合作出版的往事〉，中國網，2009 年 9 月 2 日。
www.china.com.cn/culture/zhuanti/wwj60n/2009-09/02/content_18450217.htm
此文原發表於《對外大傳播》2004 年第 2 期，作者黃友義是中國外文局副局長兼總編輯，文章原標題為〈外文圖書出版向物件國靠岸〉。

36 〈外文局向美駐華使館贈《中國文化與文明》叢書〉，中國網，2010年7月23日。
www.china.com.cn/photochina/2010-07/23/content_20563443.htm

37 〈中國全面啟動國家公關，改善中國國際形象〉，《國際先驅導報》，2009 年 2 月 3 日。
news.qq.com/a/20090203/000783.htm

38 熊敏，〈新華社出海「踩油門」〉，21 世紀經濟報導，2010 年 8 月 17 日。
finance.eastmoney.com/news/1355,2010081790350313.html

39 同前註。

40 Anton Troianovski, "China Agency Nears Times Square", *The Wall Street Journal*, June 30, 2010.
online.wsj.com/article/SB10001424052748704334604575339281420753918.html

41 〈澳媒曝留學生「間諜網」中國對報導不滿〉，BBC，2014 年 4 月 21 日。
www.bbc.com/zhongwen/simp/world/2014/04/140421_china_australia_spying

42 〈秘密報告：中國試圖全面影響澳大利亞政壇〉，德國之聲中文網，2018 年 5 月 29 日。
www.dw.com/zh/%E7%A7%98%E5%AF%86%E6%8A%A5%E5%91%8A%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E8%AF%95%E5%9B%BE%E5%85%A8%E9%9D%A2%E5%BD%B1%E5%93%8D%E6%BE%B3%E5%A4%A7%E5%88%A9%E4%BA%9A%E6%94%BF%E5%9D%9B/a-43973041

43 〈擔心中國影響．澳洲考慮重修反間諜法〉，BBC，2017 年 6 月 6 日。
www.bbc.com/zhongwen/simp/world-40176589

44 Lucy Chen，〈澳媒被中國「軟實力」入侵了嗎？〉，澳大利亞國際廣播電台，2016 年 11 月 28 日。

45 Alexander Bowe, "China's Overseas United Front Work: Background and Implications for the United States", United States-China Economic and Security Review Commission.
www.uscc.gov/Research/china%E2%80%99s-overseas-united-front-work-background-and-implications-united-states

46 〈中國記者是間諜？加拿大安全情報局開始懷疑〉，溫哥華港灣，2017 年 5 月 1 日。
www.bcbay.com/news/2017/05/01/491778.html

47 Steven Chase, Mark Mackinnon, Colin Freeze, "Journalist in Bob Dechert affair returns to China", The Globe and Mail Centre, Sept 15, 2011.
www.theglobeandmail.com/news/politics/journalist-in-bob-dechert-affair-returns-to-china/article594497/

48 Koh Gui Qing and John Shiffman, "Beijing's covert radio network airs China-

friendly news across Washington, and the world", Reuters, Nov 2, 2015.
www.reuters.com/investigates/special-report/china-radio/
49 〈美國開始調查中國隱秘電台網路〉，美國之音，2015 年 11 月 3 日。
www.voachinese.com/a/usa-fcc-justice-department-investigates-china-secretive-radio-network/3034129.html
50 Kate O'Keeffe、Aruna Viswanatha，〈美國司法部要求兩家中國大型官媒註冊為外國代理人〉，華爾街日報中文網，2018 年 9 月 19 日。
cn.wsj.com/articles/CN-BGH-20180919072236
51 Mark Niquette, Jennifer Jacobs, "Influence Iowa in Trade War Over Trump Tariffs", Bloomberg, Sept 23, 2018.
www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-23/china-looks-to-influence-iowa-in-trade-war-over-trump-tariffs

◎第二章　中國「大外宣」的「本土化戰略」

1 本段話是 1955 年 10 月毛澤東接見新華社負責人吳冷西時的談話，見沈洪，〈穆廣仁：新華社如何「把地球管起來」？〉，紐約時報中文網，2013 年 9 月 2 日。
cn.nytimes.com/culture/20130902/cc02muguangren
2 周瑾，〈人民中國雜誌社副社長王眾一：外宣刊物的「三貼近」〉，人民網・對外傳播，2005 年 4 月 4 日。
media.people.com.cn/GB/22114/41180/44244/3292361.html
3 魏傳舉，〈對外宣傳：一切為了讓世界更好地讀懂中國〉，騰訊網，2005 年 7 月 17 日。
news.qq.com/a/20050717/001035.htm
4 中國外文出版發行事業局，百度。
baike.baidu.com/view/758874.htm?fr=ala0_1_1
5 譚震、雷向晴，〈全方位、多層次、寬領域——2005 年全國外宣工作會議大印象〉，《對外大傳播》，北京，2005 年第 8 期。
6 郭曉勇，〈打造傳播中國的「出海之船」〉，《國際人才交流》，2009 年第 9 期，中國網，2009 年 9 月 11 日。
msn.china.ynet.com/view.jsp?oid=56026921
7 同前註。
8 〈周明偉在紀念中國外文局成立 60 周年大會上的講話》，中國網，2009 年 9 月 4 日。
www.beijingreview.com.cn/news/txt/2009-09/04/content_214885.htm
9 于濤，〈外宣期刊復興的機遇與對策〉，《對外大傳播》，2006 年 8 月 16 日。
media.people.com.cn/GB/22114/41180/69498/4709365.html
中國外文出版發行事業局，百度。
baike.baidu.com/view/758874.htm?fr=ala0_1_1
10 郭曉勇，〈打造傳播中國的「出海之船」〉，《國際人才交流》，2009 年第 9 期，中國網，2009 年 9 月 11 日。

msn.china.ynet.com/view.jsp?oid=56026921
11 〈全國邊境外宣期刊高層赴渝參訪活動昨日結束〉，重慶日報，2009 年 4 月 28 日。
www.cq.xinhuanet.com/news/2009-04/28/content_16375391.htm
12 〈中央外宣辦：邊境外宣應更加積極主動〉，人民網，2009 年 8 月 20 日。
cpc.people.com.cn/GB/64114/64139/88843/10043636.html
13 于濤，〈外宣期刊復興的機遇與對策〉，《對外大傳播》，2006 年 8 月 16 日。
media.people.com.cn/GB/22114/41180/69498/4709365.html
14 郭曉勇，〈打造傳播中國的「出海之船」〉，《國際人才交流》，2009 年第 9 期，中國網，2009 年 9 月 11 日。
msn.china.ynet.com/view.jsp?oid=56026921
15 同前註。
16 周瑾，〈外國專家「寫」中國——與中國外文局國際合作部劉東等人一席談〉，《對外大傳播》，2005 年第 6 期。
news.xinhuanet.com/newmedia/2006-06/16/content_4707967_2.htm
17 曹鵬程，〈在改革的春風中閱讀中國——訪《人民中國》日文專家橫堀克己〉，《人民日報》，2009 年 9 月 11 日。
book.workercn.cn/contentfile/2009/09/11/081340755185600.html
〈橫堀克己現任《人民中國》編委會委員〉
www.china.com.cn/culture/zhuanti/wwj60n/2009-08/25/content_18399963.htm
18 周瑾，〈外國專家「寫」中國——與中國外文局國際合作部劉東等人一席談〉，《對外大傳播》，2005 年第 6 期。
news.xinhuanet.com/newmedia/2006-06/16/content_4707967_2.htm
19 雷向晴，〈俄文雜誌《中國》本土化譜寫新曲〉，人民網，2006 年 1 月 25 日。
media.people.com.cn/GB/22114/41180/57905/4062408.html
20 郭曉勇，〈打造傳播中國的「出海之船」〉，《國際人才交流》，2009 年第 9 期，中國網，2009 年 9 月 11 日。
msn.china.ynet.com/view.jsp?oid=56026921
21 羅華，〈俄羅斯人口第四大城市葉卡捷琳堡和它的媒體〉，人民網，2017 年 7 月 11 日。
media.people.com.cn/n1/2017/0711/c120837-29396864.html
22 欒海、王晨笛，〈綜述：俄媒體人士認為俄中媒體交流合作方興未艾〉，新華網，2018 年 1 月 26 日。
www.xinhuanet.com/2018-01/26/c_1122321213.htm
23 孟偉，《當代中國駐外記者現狀與人才培養——基於媒體融合的實證研究》。
www.sinoss.net/qikan/uploadfile/2017/1020/20171020095201389.pdf
24 熊敏，〈新華社出海「踩油門」〉，21 世紀經濟報導，2010 年 8 月 17 日。
finance.eastmoney.com/news/1355,2010081790350313.html
25 秦軒，〈中國提出「人文外交」新思路》，《南方都市報》，2009 年 3 月 12 日。
www.artnow.com.cn/Discuss/DiscussDetail.aspx?ChannelId=595&ArticleId=18755

26 "Un CNN à la chinoise", Pékin cherche à concilier puissance et stabilité, *Le Monde diplomatique*, Mars 2011.
www.monde-diplomatique.fr/2011/03/LUTHER/20257
揚眉，〈法國輿論看中國〉，法國國際廣播電台，2011 年 3 月 20 日。
rfi.my/esrEea
27 徐驚奇，〈簡論駐外記者與媒體外交的關係〉，風雲大外交，2017 年 6 月 26 日。
www.sohu.com/a/151976576_99906585
28 〈中國國際廣播電台借助合作方開拓海外傳播市場〉，路透社中文，2015 年 11 月 3 日。
cn.reuters.com/article/cri-finland-idCNKCS0ST09U20151104
29 〈高大上的中拉媒體領袖峰會，聽國際台大 boss 王庚年開聊〉，環球網，2017 年 1 月 19 日。
world.huanqiu.com/weinxingonghao/2016-11/9985300.html
30 王山，〈鳳凰衛視在墨西哥購買大功率電台向美國廣播〉，法國國際廣播電台，2018 年 8 月 19 日。
31 "China -- Xinhua's Growing Ranks of 'Foreign' Correspondents", Open Source Center, Nov 5, 2009.
www.fas.org/irp/dni/osc/china-foreign.pdf
32 〈新華社央視正招兵買馬．中國大外宣提升軟實力〉，星島環球網，2009 年 4 月 27 日。
www.stnn.cc/china/200904/t20090427_1018499.html
33 "China -- Xinhua's Growing Ranks of 'Foreign' Correspondents", OpenSourceCenter, Nov 5, 2009.
www.fas.org/irp/dni/osc/china-foreign.pdf
34 熊敏，〈新華社出海「踩油門」〉，21 世紀經濟報導，2010 年 8 月 17 日。
finance.eastmoney.com/news/1355,2010081790350313.html
35 鄭東陽，〈中共 450 億爭奪話語權〉，《鳳凰週刊》，2009 年第 7 期，總第 320 期。
36 〈中國廣播影視國際傳播實現四個強〉，新華網，2017 年 11 月 30 日。
www.xinhuanet.com/zgjx/2017-11/30/c_136789692.htm
37 張倩，〈傳統媒體如何擺脱生存困境？聽《金融時報》CEO 談新商業模式〉，財經，2018 年 4 月 13 日。
yuanchuang.caijing.com.cn/2018/0413/4435978.shtml
38 〈中國砸錢．挖反共外媒記者〉，台灣《蘋果日報》，2011 年 3 月 1 日。
tw.news.appledaily.com/international/daily/20110301/33216407/
39 〈新華社央視正招兵買馬．中國大外宣提升軟實力〉，星島環球網，2009 年 4 月 27 日。
www.stnn.cc/china/200904/t20090427_1018499.html
40 鄭東陽，〈中共 450 億爭奪話語權〉，《鳳凰週刊》，2009 年第 7 期，總第 320 期。
41 Louisa Lim, Julia Bergin, "Inside China's audacious global propaganda campaign", *The Guardian*, Dec 7, 2018.
www.theguardian.com/news/2018/dec/07/china-plan-for-global-media-

dominance-propaganda-xi-jinping

42 〈中國媒體低俗聲音惹讀者不滿〉，華爾街日報，2010 年 3 月 5 日。
cn.wsj.com/gb/20100305/rcu114510.asp

43 朱焱，〈必須經得起國際輿論鬥爭激流的沖刷——關於 CCTV-9 英語新聞報導的若干思考〉，人民網，2009 年 2 月 20 日。
media.people.com.cn/GB/137684/8841590.html

44 趙雅珊，〈記者手記：中國外宣隊伍裡的洋面孔〉，BBC 中文網，2015 年 11 月 21 日。
www.bbc.com/zhongwen/simp/china/2015/11/151121_guangdong_2015_media_tour

45 "Who is Andrea Yu?", ABC, Nov 16, 2012.
www.abc.net.au/news/2012-11-15/an-who-is-andrea-yu3f/4373496

46 〈現場：「真假」澳洲媒體 PK 記者會，真外媒關注本國利益〉，大公網，2014 年 3 月 11 日。
news.takungpao.com/mainland/focus/2014-03/2342828.html

47 甄樹基，〈中國每年「圈養」亞非記者 10 個月要他們報喜不報憂〉，法國國際廣播電台，2018 年 12 月 1 日。

48 周瑾，〈梳理對外傳播脈絡，展望未來——專訪全國政協委員、原中國國際廣播電台台長李丹〉，《對外大傳播》，2007 年第 5 期。
media.people.com.cn/GB/22114/41180/84930/5810977.html
〈向日本讀者傳遞「等身大」的中國——訪〈人民中國〉雜誌社總編輯王眾一〉，世研調查網，2007 年 6 月 7 日。
www.cjcnet.com/Showdetails.aspx?id=2107

49 郭曉勇，〈打造傳播中國的「出海之船」〉，《國際人才交流》，2009 年第 9 期，中國網，2009 年 9 月 11 日。
msn.china.ynet.com/view.jsp?oid=56026921

50 《人民中國》雜誌社編著，《共同走過六十年——《人民中國》日文版創刊 60 周年紀念文集》（漢日對照），新星出版社，2013 年 6 月出版。
www.toho-shoten.co.jp/toho-web/search/detail?id=378832&bookType=ch

51 〈加強對日交流·服務外宣大局，《人民中國》雜誌社來皖開展專題採訪〉，安徽文明網，2018 年 9 月 18 日。
ah.wenming.cn/nkjb/jianbao/201809/t20180918_4833665.shtml

52 〈報告顯示中企成為拉美企業並購重要投資者〉，新華網，2018 年 7 月 7 日。
www.xinhuanet.com/fortune/2018-07/07/c_1123092902.htm

53 和佳、吳睿婕，〈中國對拉美直接投資超 2000 億美元·跨境電商合作成亮點〉，21 世紀經濟報導，2018 年 2 月 5 日。
silkroad.news.cn/2018/0205/83169.shtml

54 Ernesto Londoño，〈從經濟援助到太空計劃，中國「登陸」拉丁美洲〉，紐約時報中文網，2018 年 7 月 30 日。
cn.nytimes.com/world/20180730/china-latin-america/

55 李五洲，〈見證外宣期刊「本土化」〉，中國網，2009 年 9 月 1 日。
www.china.com.cn/culture/zhuanti/wwj60n/2009-09/01/content_18444948.htm
56 高樺，〈外宣期刊「本土化」的實踐探索〉，人民網，2006 年 5 月 11 日。
media.people.com.cn/GB/22114/41180/63654/4364202.html
57 劉冉，〈中國在拉美媒體上的矛盾形象〉，《青年參考》，2012 年 5 月 9 日。
qnck.cyol.com/html/2012-05/09/nw.D110000qnck_20120509_1-03.htm
58 郭篤為，〈綜述：中拉論壇強化中國在拉美影響力〉，BBC 中文網，2015 年 1 月 12 日。
www.bbc.com/zhongwen/simp/world/2015/01/150112_china_latam_forum_legacy
59 李陽，〈拉美媒體在社會發展中的作用及中拉媒體合作〉，《拉丁美洲研究》，2016 年 6 月，第 38 卷第 3 期，頁 129-140。
60 黃坤明，〈為促進中拉友好合作貢獻媒體智慧和力量——在中拉媒體領袖峰會上的講話〉，人民網，2016 年 11 月 24 日。
wenming.cn/syjj/ldhd/bbld/201611/t20161124_3903619.shtml
61 四川省外事僑務辦，〈中國—拉丁美洲和加勒比新聞交流中心媒體代表團訪問四川〉，拉共體論壇，2017 年 7 月 13 日。
www.chinacelacforum.org/chn/zgtlmjlbgjgx/t1477496.htm
62 美聯社，維基百科。
zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BE%8E%E8%81%94%E7%A4%BE
63 《毛澤東著作出版紀事（1949-1982 年）》，出版學術網，2005 年 6 月 9 日。
www.pubhistory.com/img/text/2/1062.htm
64 何明星，《新中國書刊海外發行傳播 60 年（1949-2009）》，中國書籍出版社，2010 年 3 月出版。
65 同前註。
66 《卡札菲是毛澤東的蹩腳學生》，新浪網，2010 年 4 月 25 日。
forum.book.sina.com.cn/thread-4183210-1-1.html
67 何明星，《新中國書刊海外發行傳播 60 年（1949-2009）》，中國書籍出版社，2010 年 3 月出版。
68 〈新華社英語電視台將於明年元旦在非洲入戶播出〉，新華網，2010 年 12 月 10 日。
news.xinhuanet.com/world/2010-12/10/c_12867037.htm
69 王喆，〈「中國與非洲」重裝起航〉，中國網，2009 年 9 月 1 日。
www.china.com.cn/culture/zhuanti/wwj60n/2009-09/01/content_18444964.htm
70 〈中國外文局建黨 90 周年外宣工作精彩紛呈〉，中國外文發行事業局網站，2011 年 4 月 27 日。
www.cipg.org.cn/ywdt/gzxw/tpxw/201104/t20110427_38218.html
71 〈王晨在第七期非洲政府官員新聞研修班開幕式上致辭〉，鳳凰網，2010 年 6 月 17 日。
news.ifeng.com/mainland/special/wangchen/content-2/detail_2010_06/17/1634297_0.shtml

72 〈中國外文局舉辦非洲新聞官員記者研修班，助力中非合作論壇〉，中國網，2018 年 9 月 12 日。
news.china.com.cn/txt/2018-09/12/content_63390430.htm

73 〈非洲媒體人談中非媒體合作，國際交流少不了「媒體橋」〉，人民網，2017 年 3 月 14 日。
media.people.com.cn/GB/n1/2017/0314/c40606-29144362.html

74 〈2018 年非洲國家重點媒體國際部負責人研修班在華舉辦〉，中國網，2018 年 7 月 23 日。
news.sina.com.cn/o/2018-07-23/doc-ihftenhy9515043.shtml

75 何明星，〈毛澤東著作海外傳播廣泛，對中東非洲拉美影響大〉，新華網，2011 年 7 月 6 日。
big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/world/2011-07/06/c_121627521_3.htm

76 "Un CNN à la chinoise", Pékin cherche à concilier puissance et stabilité, *Le Monde diplomatique*, Mars 2011.
www.monde-diplomatique.fr/2011/03/LUTHER/20257
揚眉，〈法國輿論看中國〉，法國國際廣播電台，2011 年 3 月 20 日。
rfi.my/esrEea

77 〈肯亞希望中國媒體在報導非洲方面發揮更大影響〉，新華社，2005 年 5 月 27 日。
news.xinhuanet.com/world/2005-05/27/content_3009720.htm

78 "Un CNN à la chinoise", Pékin cherche à concilier puissance et stabilité, *Le Monde diplomatique*, Mars 2011.
www.monde-diplomatique.fr/2011/03/LUTHER/20257
揚眉，〈法國輿論看中國〉，法國國際廣播電台，2011 年 3 月 20 日。
rfi.my/esrEea

79 同前註。

80 〈肯亞希望中國媒體在報導非洲方面發揮更大影響〉，新華網，2005 年 5 月 27 日。
news.xinhuanet.com/world/2005-05/27/content_3009720.htm

81 〈非洲媒體：世界上沒見過像中國這樣的國家〉，新軍事網，2010 年 7 月 20 日。
www.xinjunshi.com/Article/hqrd/Article_4054.html

82 Donal Brown, African Press Wary of China's Growing Influence, *New America Media*, Nov 07, 2006.
news.newamericamedia.org/news/view_article.html?article_id=3ff663fe2156058124d384cd1cfbe635

83 Iginio Gagliardone, Maria Repnikova, Nicole Stremlau, "China in Africa: A new approach to media development?", Programme in Comparative Media Law and Policy (PCMLP) at the University of Oxford, Nov 2010, p.13.

84 〈在非洲難聞華媒聲音，非洲人與中國心理距離遙遠〉，搜狐新聞，2010 年 6 月 2 日。

news.sohu.com/20100602/n272504223.shtml
85 文山，〈肯亞警方搜查中國國際電視台非洲總部〉，德國之聲，2018年9月6日。p.dw.com/p/34QT6
86 朱焱，〈必須經得起國際輿論鬥爭激流的沖刷——關於 CCTV-9 英語新聞報導的若干思考〉，人民網，2009 年 2 月 20 日。
media.people.com.cn/GB/137684/8841590.html
87 鄭東陽，〈中共450億爭奪話語權〉，《鳳凰週刊》，2009年第7期，總第320期。

◎第三章　世界中文媒體的政治版圖

1 《鄧小平年譜（1975-1997）》（上），中央文獻出版社，2004 年版，頁 214。
2 江澤民，〈僑務工作要為改革開放和現代化建設事業作出更大貢獻〉，人民網，1993 年 2 月 16 日。
cpc.people.com.cn/GB/64184/64186/66703/4495572.html
3 虞寶竹，〈中國新聞社社長郭招金專訪：共建和諧世界．中文傳媒任重道遠〉，人民網，2007 年 8 月 31 日。
media.people.com.cn/GB/40606/6198886.html
4 同前註。
5 畢研韜，〈英國的中文媒體〉，中國新聞研究中心。
www.epsalon.com/ShowArticle.asp?ArticleID=2232
6 程曼麗，〈海外華人種群變化對中文媒體生態的影響〉，人民網，2007 年 4 月 17 日。
media.people.com.cn/BIG5/22100/26519/26520/5626413.html
7 王山，〈聯邦人口普查局最新統計顯示，美國有華人 508 萬，亞太裔 2140 萬〉，法國國際廣播電台，2018 年 5 月 5 日。
rfi.my/2bVt.t
8 〈美國華人最新分布圖出爐．「混的最好」十大城市在哪〉，中國僑網，2018 年 3 月 27 日。
www.chinaqw.com/hqhr/2018/03-27/183603.shtml
9 王威，〈中文傳媒在美國的作為以及與中國大陸傳媒之間的互動〉，《第三屆世界中文傳媒論壇學術集錦》，2005 年。
www.cmc.pku.edu.cn/Expert/Browse1.aspx?id=811
10 〈墨西哥成立中國和平統一促進會〉，中國網，2002 年 1 月 24 日。
www.china.com.cn/chinese/TCC/haixia/100452.htm
11 王威，〈中文傳媒在美國的作為以及與中國大陸傳媒之間的互動〉，《第三屆世界中文傳媒論壇學術集錦》，2005 年。
www.cmc.pku.edu.cn/Expert/Browse1.aspx?id=811
12 施復華，〈美國中文報紙市場現況與未來展望》，《第三屆世界中文傳媒論壇學術集錦》，2005 年。
www.cmc.pku.edu.cn/Expert/Browse1.aspx?id=804
13 〈海外華媒是中國全球影響力的重要體現——訪《英中商報》首席執行官楊騰

波〉，中國新聞網，2007 年 8 月 29 日。
media.people.com.cn/GB/40606/6186465.html

14 張大衛，〈宣傳和推動反獨促統是海外中文媒體的光榮使命〉，《第三屆世界中文傳媒論壇學術集錦》，2005 年。
www.cmc.pku.edu.cn/Expert/Browse1.aspx?id=806

15 黃文煒，〈在冷靜與熱情之間〉，日本新華僑報網，2005 年 10 月 8 日。
www.jnocnews.jp/news/show.aspx?id=9875

16 同前註。

17 《中希時報》簡介及大事記，見中希網。
www.cgw.gr/html/cn/zxsb.html

18 金鳴峰、謝忠，〈從休士頓地區中文報紙看海外中文傳媒的發展及其問題〉，《第三屆世界中文傳媒論壇學術集錦》，2005 年。
www.cmc.pku.edu.cn/Expert/Browse1.aspx?id=807

19 Mei Duzhe, "How China's Government is Attempting to Control Chinese Media in America", Jamestown Foundation.

20 吳銳成，〈發揮僑務資源優勢為建設文化強省服務〉，廣東僑網。
gocn.southcn.com/dzkw2010/hqyhr/1/201009/t20100907_116083.htm

21 熊敏，〈新華社出海「踩油門」〉，21 世紀經濟報導，2010 年 8 月 17 日。
finance.eastmoney.com/news/1355,2010081790350313.html

22 Mei Duzhe, "How China's Government is Attempting to Control Chinese Media in America", Jamestown Foundation.

23 博源，〈《歐聯時報》：海外中文媒體有責任讓世界瞭解真實的西藏〉，《人民日報》海外版，2009 年 10 月 29 日。

24 多維新聞，維基百科。
有關多維的種種江湖傳説，為避免爭議，不納入本書介紹範圍。

25 在 Google 搜索「多維新聞網＋郭文貴」，可查到〈從富商到逃犯．郭文貴黑色帝國崩塌〉、〈「生命威脅論」郭文貴的新戰術〉、〈郭文貴危機不斷．鬧劇漸終〉、〈郭文貴三大社交帳號被禁言〉、〈消費十九大．郭文貴再度誇張發聲〉、〈海外民運人士捲入「郭文貴風波」〉，均為多維新聞網於 2017 年刊載。

26 Larry Diamond, "Chinese Influence & American Interests: Promoting Constructive Vigilance", Hoover Institution, Nov 29, 2018.
www.hoover.org/research/chinese-influence-american-interests-promoting-constructive-vigilance

27 〈美中文媒體崛起．凸顯「中國概念」運作日趨主流〉，中國網，2006 年 8 月 16 日。
www.china.com.cn/overseas/txt/2006-08/16/content_7080491.htm

28 劉再興，〈2005 年中國電視十大事件〉，人民網，2006 年 11 月 30 日。
media.people.com.cn/GB/22114/70684/75199/5110258.html

29 〈央視節目明年殺入紐約洛杉磯〉，萬維讀者網，2010 年 9 月 17 日。
www.creadersnet.com/newsViewer_english.php?id=451567

30 虞寶竹，〈中國新聞社社長郭招金專訪：共建和諧世界，中文傳媒任重道遠〉，

人民網，2007 年 8 月 31 日。
media.people.com.cn/GB/40606/6198886.html。
據查，《歐洲聯合時報》在網上沒有資料，能夠找到的只有《歐洲聯合周報》，註解 34 中提到赴中國參加海外中文媒體研修班的媒體有葡萄牙文的《歐洲聯合周報》，估計是廣引述名稱時錯將《歐洲聯合周報》當成《歐洲聯合時報》。

31 劉北憲，〈迎接新機遇，共建世界中文媒體傳播體系〉，《僑務工作研究》，2009 年第 6 期。

32 博源，〈《歐聯時報》：海外中文媒體有責任讓世界瞭解真實的西藏〉，《人民日報》海外版，2009 年 10 月 29 日。

33 同前註。

34 同前註。

35 中共中央文獻研究室、新華通訊社編，《毛澤東新聞工作文選》，新華出版社，1983 年 12 月，頁 182。

36 吳銳成，〈發揮僑務資源優勢．為建設文化強省服務〉，廣東僑網。
gocn.southcn.com/dzkw2010/hqyhr/1/201009/t20100907_116083.htm

37 浦江觀瀾，〈迎接世界中文傳播的變革時代〉，新華網，2009 年 9 月 21 日。
news.xinhuanet.com/newmedia/2009-09/21/content_12087000.htm

38 《世界華文傳媒年鑑》是中國官方宣傳機構中國新聞社為配合兩年一次的世界華文傳媒論壇而出版的。據中新社副總編輯、《世界華文傳媒年鑑》主編夏春平介紹說，《世界華文傳媒年鑑》的宗旨是準確、全面地記載世界華文傳媒歷史，反映世界華文傳媒現狀，增進世界華文媒體團結。該年鑑「港澳台及海外華文傳媒簡介」條目收集到了近 800 家媒體，其中包括新創刊、新開播的傳統媒體，更有一些是新誕生的新媒體。現已出版至 2017 年卷，是繼 2003 年開卷以來編輯出版的第八卷。

39 王威，〈中文傳媒在美國的作為以及與中國大陸傳媒之間的互動〉，《第三屆世界中文傳媒論壇學術集錦》，2005 年。
www.cmc.pku.edu.cn/Expert/Browse1.aspx?id=811

40 張大衛，〈宣傳和推動反獨促統是海外中文媒體的光榮使命〉，《第三屆世界中文傳媒論壇學術集錦》，2005 年。
www.cmc.pku.edu.cn/Expert/Browse1.aspx?id=806

41 〈第三期海外中文媒體高級研修班在京開班〉，搜狐新聞，2007 年 11 月 26 日。
news.sohu.com/20071126/n253478905.shtml

42 〈第十七期海外中文媒體高級研修班在穗結業〉，中國新聞網，2018 年 5 月 18 日。
www.chinanews.com/hr/2018/05-18/8516571.shtml

43 〈國僑辦「第十六期海外中文媒體高級研修班」開班〉，中國僑網，2017 年 5 月 15 日。
www.chinaqw.com/hwmt/2017/05-15/141759.shtml

44 〈第三期海外中文媒體高級研修班在京開班〉，搜狐新聞，2007 年 11 月 26 日。
news.sohu.com/20071126/n253478905.shtml

45 〈美中文媒體崛起．凸顯「中國概念」運作日趨主流〉，中國網，2006 年 8 月

16 日。
www.china.com.cn/overseas/txt/2006-08/16/content_7080491.htm
46 〈第三期海外中文媒體高級研修班在京開班〉，搜狐新聞，2007 年 11 月 26 日。
news.sohu.com/20071126/n253478905.shtml
47 〈葉小文為第六期海外中文媒體高級研修班授課〉，網易新聞，2010 年 8 月 30 日。
news.163.com/10/0830/17/6FBQ180Q000146BD.html
48 程曼麗，〈海外中文媒體的新變化〉，2005 年 10 月 13 日。
www.cmc.pku.edu.cn/Expert/Browse1.aspx?id=817
49 虞寶竹，〈中國新聞社社長郭招金專訪：共建和諧世界．中文傳媒任重道遠〉，人民網，2007 年 8 月 31 日。
media.people.com.cn/GB/40606/6198886.html
50 〈第六屆世界中文傳媒論壇將於 17 日在重慶開幕〉，中國新聞網，2011 年 9 月 13 日。
www.chinanews.com/hr/2011/09-13/3324451.shtml
51 〈章新新：「一帶一路」與中文媒體新發展（全文）〉，中國僑網，2017 年 9 月 10 日。
www.chinaqw.com/kong/2017/09-10/160957.shtml
52 文揚，〈中國政府和海外媒體的「招安」與被「招安」〉，《多維郵報》，2005 年 9 月 22 日。
53 〈羊城雲集傳媒鉅子．全球中文傳媒峰會今開幕〉，金羊網，2005 年 9 月 14 日。
www.ycwb.com/gb/content/2005-09/14/content_983466.htm
〈用漢語向世界敘述中國——為全球中文傳媒峰會而寫〉，金羊網，2005 年 9 月 16 日。
www.ycwb.com/gb/content/2005-09/16/content_985078.htm
54 〈義大利華媒與大陸主流媒體座談．冀做好兩會宣傳〉，歐聯新聞網，2011 年 3 月 8 日。
www.ouhuanews.com/newshtml/178863.html
55 〈海外華僑華人和中文媒體高度評價中共十七大〉，人民網，2007 年 10 月 26 日。
world.people.com.cn/GB/57507/6435951.html
56 〈十七大前看中國：美國眾中文媒體關注中共十七大〉，央視網，2007 年 10 月 10 日。
news.cctv.com/world/20071010/110506.shtml
57 〈俄羅斯中文媒體高度關注十七大．紛紛推出專版、專刊、專題〉，中共十七大新聞中心，2007 年 10 月 13 日。
www.cpcnews.cn/GB/105160/6374923.html
58 〈北京奧組委在紐約召開中文媒體見面會．劉淇出席〉，新華網，2007 年 11 月 2 日。
news.xinhuanet.com/sports/2007-11/02/content_6998448.htm
59 〈北京奧組委致函海外中文媒體．儘快註冊採訪殘奧〉，搜狐新聞，2007 年 12 月 28 日。

news.sohu.com/20071228/n254358019.shtml

60 〈20 餘家海外中文媒體相約廣州．採訪廣州亞運會〉，廣東僑網，2010 年 5 月 18 日。
gocn.southcn.com/qw2index/2006dfqw/2006dfqwgz/201005180003.htm

61 〈海外華媒掀起世博報導熱〉，新華網，2010 年 5 月 18 日。
news.xinhuanet.com/world/2010-05/18/c_12112070.htm

62 蕭雨，〈年年免費遊中國，帶回讓黨放心的好宣傳〉，美國之音，2018 年 11 月 1 日。
www.voachinese.com/a/china-overseas-chinese-media-20181031/4637319.html

63 〈中共滲透海外華人媒體〉，《大紀元時報》，2004 年 1 月 10 日。

64 世界中文傳媒研究中心顧問、新加坡《聯合早報》前總編林任君在「第七屆世界中文傳媒與華夏文明傳播國際學術研討會」上的發言，世界中文傳媒研究中心網，2011 年 9 月 8 日。
www.cmc.pku.edu.cn/News/Browse.aspx?id=1066

65 〈海外傳媒觀察：美國華文媒體的發展優勢與短板〉，新華網，2015 年 12 月 31 日。
media.people.com.cn/BIG5/n1/2018/0530/c40606-30021799.html

66 蘇勁松，〈海外華文媒體在「大外宣」中的作用〉，2014 年 4 月 9 日。
media.people.com.cn/n/2014/0409/c383351-24862187.html

67 同前註。

68 林洸耀，〈中國記者節再談「中秘」〉，豆瓣，2013 年 1 月 15 日。
www.douban.com/note/258189915/

69 蘇勁松，〈海外華文媒體在「大外宣」中的作用〉，2014 年 4 月 9 日。
media.people.com.cn/n/2014/0409/c383351-24862187.html

70 〈百家海外中文媒體保衛香港宣言〉，中國日報網，2014 年 10 月 3 日。
www.chinadaily.com.cn/interface/toutiao/1138561/cd_18694253.html

71 何雪瑩、孫賢亮，〈無論馬雲買不買《明報》，傳媒變天早成定局〉，端傳媒，2015 年 12 月 21 日。
theinitium.com/article/20151221-hongkong-mediastorm/

◎第四章　香港回歸後媒體的喉舌化

1 〈中聯辦官員講話觸動香港媒體〉，美國之音，2010 年 8 月 20 日。
www.voachinese.com/a/article-20100820-hk-media-101179929/765992.html

2 杜聖聰，《兩岸真相密碼：中共對台宣傳的政策、作為與途徑》，秀威出版，2008 年 8 月，頁 217。

3 「60 年代與左派報章論戰部分」，明報，維基百科。
zh.wikipedia.org/zh-cn/%E6%98%8E%E5%A0%B1

4 《熱點話題：江澤民怒斥香港記者完全版》，Youtube。
www.youtube.com/watch?v=2VoiuCOn77o

5 〈香港便覽・大眾傳播〉，香港政府新聞處。
www.gov.hk/sc/about/abouthk/factsheets/docs/media.pdf

6 〈自由之家：台灣新聞自由度大倒退〉，自由時報，2009 年 5 月 2 日。
www.libertytimes.com.tw/2009/new/may/2/today-fo1.htm
〈憂慮中國影響台灣言論自由，自由之家點名旺旺中時集團〉，自由時報，2010 年 4 月 30 日。
www.libertytimes.com.tw/2010/new/apr/30/today-t2.htm

7 新聞自由指數，維基百科。
zh.wikipedia.org/wiki/%E6%96%B0%E9%97%BB%E8%87%AA%E7%94%B1%E6%8C%87%E6%95%B0.
"2017 World Press Freedom Index", Reporters Without Borders.
rsf.org/en/ranking/2017

8 〈香港新聞自由指數出爐・分數不及格〉，德國之聲，2014 年 4 月 24 日。
p.dw.com/p/1BnlO

9 李金銓，〈香港新聞自由十二問：回歸六年後〉，傳媒透視。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20031017_76_107239.html

10 司徒華，〈香港回歸九年多以來的變化〉，《港支聯通訊》，第七十期。
www.alliance.org.hk/publish/hkanews/?p=35

11 〈香港新聞自由倒退，媒體經營者赤化〉，《南方快報》，2007 年 5 月 30 日。
www.southnews.com.tw/taiwan_china/taiwan_china_03/01/03010.htm

12 〈近 50%市民：傳媒有自我審查〉，《蘋果日報》，2010 年 4 月 27 日。
www1.hk.apple.nextmedia.com/realtime/art_main.php?iss_id=20100427&sec_id=6996647&art_id=13971717

13 同前註。

14 王祿霞，〈香港傳媒的十年春秋〉，傳媒透視。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20070713_76_121498.html

15 〈香港新聞自由指數出爐・分數不及格〉，德國之聲，2014 年 4 月 24 日。
p.dw.com/p/1BnlO

16 香港新聞工作者聯會網站。
www.hkfj.org/content.php?id=11&lang=sc

17 〈王樹成簡歷〉，香港文匯網。
trans.wenweipo.com/b5/www.wenweipo.com/aboutus.phtml

18 〈姜在忠：新華社服務局原局長，現任香港大公報社長〉，新華書畫，2010 年 12 月 22 日。
bjxhsh.com/infoview.asp?iid=kjN5AFV&ilb=z&nav=LM25

19 蘇鑰機，〈什麼是 RT ？ HK 何處去？〉，傳媒透視，2009 年 8 月 17 日。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20090817_76_122335.html

20 王祿霞，〈香港傳媒的十年春秋〉，傳媒透視。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20070713_76_121498.html

21 同前註。

22 星島日報，維基百科。

zh.wikipedia.org/zh-cn/%E6%98%9F%E5%B3%B6%E6%97%A5%E5%A0%B1

23 〈中共收買與滲透的中文媒體〉，《新紀元》，121 期。
www.epochweekly.com/b5/123/6343.htm

24 王祿霞，〈香港傳媒的十年春秋〉，傳媒透視。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20070713_76_121498.html

25 何雪瑩、孫賢亮，〈無論馬雲買不買明報，傳媒變天早成定局〉，端傳媒，2015 年 12 月 22 日。
theinitium.com/article/20151221-hongkong-mediastorm

26 喬龍，〈紅色資本高調入主亞視．輿論憂改變香港傳媒生態〉，自由亞洲電台，2010 年 3 月 12 日。
www.rfa.org/mandarin/yataibaodao/red-03122010112442.html

27 孫建，〈香港無線電視股權易手．恐被大陸化〉，自由亞洲電台，2011 年 1 月 27 日。
www.rfa.org/mandarin/yataibaodao/HK-01272011120558.html

28 陳曉宜，〈港媒赤化二部曲／用廣告控制言論空間〉，《自由時報》，2013 年 1 月 2 日。
news.ltn.com.tw/news/focus/paper/642925

29 同前註。

30 何雪瑩、孫賢亮，〈無論馬雲買不買明報，傳媒變天早成定局〉，端傳媒，2015 年 12 月 22 日。
theinitium.com/article/20151221-hongkong-mediastorm

31 陳曉宜，〈港媒赤化二部曲／用廣告控制言論空間〉，《自由時報》，2013 年 1 月 2 日。
news.ltn.com.tw/news/focus/paper/642925

32 梁淑儀，〈「與傳媒領袖對話」分享研討會後記：傳媒要企硬，先要老闆肯撐〉，傳媒透視。
rthk.hk/mediadigest/20090915_76_122369.html

33 Rahul Jacob , "Editor of HK's Morning Post quits". *Financial Times*, March 7, 2011.
www.ft.com/cms/s/0/eb90bdc8-4855-11e0-b323-00144feab49a.html#ixzz1GJ9Nxv7k.

34 海濤，〈《南華早報》總編被「下課」〉，美國之音，2011 年 3 月 10 日。
www.voanews.com/chinese/news/20110310-Chief-HKs-SCMP-Quits-117728819.html

35 張耀升，〈《南華早報》今日起免費，馬雲意欲何為〉，搜狐傳媒，2016 年 4 月 5 日。
media.sohu.com/20160405/n443394972.shtml

36 同前註。

37 王祿霞，〈香港傳媒的十年春秋〉，傳媒透視。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20070713_76_121498.html

38 蕭雨，〈香港言論自由岌岌可危．中共「軟手段」更令人堪憂〉，美國之音，

2011 年 7 月 13 日。
www.voanews.com/chinese/news/20110713-Hongkong-Press-Freedom-125483418.html

39 杜耀明，〈高牆處處——倒退中的香港新聞自由〉，傳媒透視，2012 年 2 月 14 日。
rthk.hk/mediadigest/20120214_76_122833.html

40 親中媒體，維基百科。
zh.wikipedia.org/zh-cn/%E8%A6%AA%E4%B8%AD%E5%AA%92%E9%AB%94

41 宋小海，〈香港回歸十年，新聞自由開倒車——檢視香港回歸十年座談會〉，海之邊緣博客。
littlesea.blogspot.com/2007/07/blog-post.html

42 〈程翔案判決難以服眾〉，《亞洲時報》，2006 年 9 月 1 日。
www.atchinese.com/index.php?option=com_content&view=article&id=21482&catid=189%3A2009-03-19-06-15-48&Itemid=110

43 〈香港記者採訪北京車禍遭毆打〉，BBC 中文網，2005 年 2 月 12 日。
news.bbc.co.uk/chinese/trad/hi/newsid_4260000/newsid_4260300/4260357.stm

44 〈香港記者在深圳採訪遭毆打·5名肇事者被刑拘〉，新華網，2006年5月24日。
news.sina.com.cn/c/l/2006-05-24/19389015547s.shtml

45 《香港記者烏魯木齊採訪被毆回港後參加抗議現身說法》，Youtube。
www.youtube.com/watch?v=gVXAyNTP6Nw

46 何雪瑩、孫賢亮，〈無論馬雲買不買明報，傳媒變天早成定局〉，端傳媒，2015 年 12 月 22 日。
theinitium.com/article/20151221-hongkong-mediastorm

47 〈吳志森港台最後一夜，「溫水煮蛙」諷撤主持〉，《新報》，2011 年 12 月 31 日，A04。
www.hkdailynews.com.hk/news.php?id=201997
〈告別吳志森〉，《信報》，2011 年 12 月 31 日。
www.hkej.com/template/dailynews/jsp/detail.jsp?dnews_id=3290&cat_id=2&title_id=482177

48 杜耀明，〈政治角力下的自我審查——從名嘴封咪看言論自由的窄化〉，傳媒透視。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20040615_76_119931.html

49 王祿霞，〈香港傳媒的十年春秋〉，傳媒透視。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20070713_76_121498.html

50 艾曉明，〈境外記者，能不能告訴我譚作人如何協助你們採訪？〉，博訊，2009 年 11 月 1 日。
news.boxun.com/news/gb/china/2009/11/200911012147.shtml

51 同前註。

52 "China (includes Tibet, Hong Kong, and Macau), 2009 Country Reports on Human Rights Practices", Department of State, March 11, 2010.

www.state.gov/g/drl/rls/hrrpt/2009/eap/135989.htm
53 「親中媒體」，維基百科。
zh.wikipedia.org/zh-cn/%E8%A6%AA%E5%85%B1%E5%AA%92%E9%AB%94
54 「消滅〈頭條日報〉行動：取一份，丟一份！」，Facebook。
on.fb.me/fmjJhk
55 〈北京插手，港媒挺梁改專欄〉，台灣《蘋果日報》，2012 年 3 月 26 日，A19。
tw.news.appledaily.com/international/daily/20120326/34115461/
56 〈傳《信報》老闆接中聯辦凶鈴〉，新浪網，2012 年 3 月 23 日。
news.sina.com.hk/news/2/1/1/2615056/1.html
57 〈整治港台報答中央〉，《蘋果日報》，2012 年 4 月 1 日，A01。
hk.apple.nextmedia.com/news/art/20120401/16210399
58 「2012-06-10 大遊行之陰濕的警犬」，Facebook。
fb.me/13KH6KeD4
59 〈回應《星期二檔案——回歸十五年》〉，tommyjonk's Xanga Site。
tommyjonk.xanga.com/2012/06/13/%E5%9B%9E%E6%87%89%E6%98%9F%E6%9C%9F%E4%BA%8C%E6%AA%94%E6%A1%88-%E5%9B%9E%E6%AD%B8%E5%8D%81%E4%BA%94%E5%B9%B4/
60 羅恩惠，〈犬儒與病態——一個前 TVB 記者的自省〉，傳媒透視。
rthk.hk/mediadigest/20090715_76_122316.html
61 劉子維，〈過去一年香港媒體「深陷中國意識形態控制」〉，BBC 中文網，2016 年 7 月 3 日。
www.bbc.com/zhongwen/simp/china/2016/07/160703_hongkong_press_freedom
62 宋祥龍，〈香港傳媒盈利急瀉．多雜誌停刊現倒閉潮〉，《大紀元時報》，2015 年 8 月 28 日。
www.epochtimes.com/gb/15/8/28/n4514599.htm
黃穎，〈香港傳媒迎來寒冬〉，德國之聲，2017 年 4 月 13 日。
p.dw.com/p/2bArx
63 陳曉宜，〈港媒赤化二部曲／用廣告控制言論空間〉，《自由時報》，2013 年 1 月 2 日。
news.ltn.com.tw/news/focus/paper/642925
64 李祖澤，香港著名出版家。生於 1933 年，廣東東莞人。全國政協委員，香港特別行政區第十屆全國人大代表，香港特別行政區銀紫荊星章獲得者。曾任世界中文報業協會主席、香港報業公會主席、星島新聞集團有限公司獨立非執行董事、中國出版工作者協會顧問、香港中華總商會常務會董、香港出版總會永遠榮譽會長、香港聯合出版集團名譽董事長、中華商務聯合印刷有限公司名譽董事長、《香港商報》榮譽董事長，以及香港同興集團（國際）有限公司董事長、廣州王老吉藥業股分有限公司董事長等職。
65 「鏗鏘集：三中商」，香港電台，2018 年 5 月 28 日。
www.rthk.hk/tv/dtt31/programme/hkcc/episode/494749

66 杜耀明，〈政治角力下的自我審查——從名嘴封咪看言論自由的窄化〉，傳媒透視。
www.rthk.org.hk/mediadigest/20040615_76_119931.html

67 王霜舟、Amy Qin，〈外國記者遭驅逐，香港未來蒙上陰影〉，紐約時報中文網，2018 年 11 月 5 日。
cn.nytimes.com/china/20181105/hong-kong-journalist-financial-times/

◎第五章　中共政府對台灣媒體的紅色滲透

1 "Map of Press Freedom, Taiwan (2011)".
www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2011

2 向陽，〈在自立台日先後停刊之後——憂心以言台灣媒體生態〉，星期專論，2006 年 6 月 11 日。
www.wretch.cc/blog/portnoy1211/4830444

3 黃哲斌，〈乘著噴射機，我離開《中國時報》〉，作者部落格，2010年12月13日。
blog.chinatimes.com/dander/archive/2010/12/13/579524.html

4 2011 Human Rights reports <USA Country Reports on Human Rights practices>", issued on April 8, 2011.
www.intlhumanrights.com/TaiwanFreedomSpeech.htm。
文內中譯文的英文原文：Also of note was the influence of owners over the editorial content of media they acquire. After Tsai Eng-Meng, a businessman with significant commercial interests in the PRC purchased the China Times Group in November 2008, a series of incidents in 2009—including Tsai's own comments to the media—pointed to a subsequent change in editorial policy in the direction of softening criticism of the Ma administration, Beijing, or improvements in cross-strait ties. This also raised concerns over the potential direct or indirect influence of the Chinese government on free expression in Taiwan.

5 何清漣，〈服貿協議：中台一體化的最後鋪路石〉，美國之音，2014年3月24日。
www.voachinese.com/a/sta-taiwan-china-20140324/1877849.html

6 李怡欣，〈中共對台灣媒體統戰．學者：輿論控制六部曲〉，《大紀元時報》，2018 年 5 月 14 日。
www.epochtimes.com/gb/18/5/14/n10393326.htm

7 張錦華，〈新聞傳播領域中的反作用力〉，見吳介民、黃健群、鄭祖邦編著，《吊燈裡的巨蟒：中國因素作用力與反作用力》，左岸文化，2017 年 4 月出版。

8 楊士仁，〈中資介入台灣媒體，日本媒體也關切〉，《Taiwan News 財經文化周刊》，2005 年 10 月 27 日，第 209 期。

9 楊士仁，〈中資介入台灣 17 家媒體〉，《Taiwan News 財經文化周刊》，2003 年 1 月 9 日，第 63 期。

10 〈賈慶林會見台灣聯合報系訪問團〉，人民網，2003 年 10 月 30 日。
www.people.com.cn/GB/paper39/10509/956332.html

11 楊士仁，〈中資介入台灣 17 家媒體〉，《Taiwan News 財經文化周刊》，2003 年 1 月 9 日，第 63 期。

12 〈TVBS 事件引發陳水扁危機，台灣媒體揭弊始末〉，新華網，2005 年 12 月 9 日。news.xinhuanet.com/newmedia/2005-12/09/content_3899138.htm

13 徐國勇，〈由中國公司轉投資的 TVBS〉，《南方快報》，2005 年 10 月 28 日。www.southnews.com.tw/newspaper/newspaper_media/media_00/00065.htm

14 〈媒體報效「祖國」，充當中共統戰尖兵〉，《南方快報》，2009 年 4 月 20 日。www.southnews.com.tw/newspaper/00/0393.htm

15 同前註。

16 〈中國曾找人買中時，蔡衍明間接證實〉，《自由時報》，2009 年 4 月 10 日。www.libertytimes.com.tw/2009/new/apr/10/today-fo4.htm

17 〈媒體報效「祖國」，充當中共統戰尖兵〉，《南方快報》，2009 年 4 月 20 日。www.southnews.com.tw/newspaper/00/0393.htm

18 〈學者看問題：旺旺中時集團一味捧中戕害新聞自由最大隱憂〉，《自由時報》，2010 年 5 月 1 日。
news.ltn.com.tw/news/focus/paper/392147

19 〈中國曾找人買中時，蔡衍明間接證實〉，《自由時報》，2009 年 4 月 10 日。www.libertytimes.com.tw/2009/new/apr/10/today-fo4.htm

20 〈學者看問題：旺旺中時集團一味捧中戕害新聞自由最大隱憂〉，《自由時報》，2010 年 5 月 1 日。
news.ltn.com.tw/news/focus/paper/392147

21 葉柏祥，〈夏珍下台凸顯中國介入台灣媒體〉，《玉山周報》，第 33 期，2010 年 1 月 20 日。

22 同前註。

23 關於印發《關於進一步推進新聞出版體制改革的指導意見》的通知，新出產業（2009）298 號，中國政府門戶網站，2009 年 4 月 7 日。
www.gov.cn/zwgk/2009-04/07/content_1279346.htm

24 〈中國政府是如何試圖控制美國的華語媒體〉，華夏文摘，2004 年 2 月 24 日。

25 李佳鴻，〈台灣的新聞自由，不賣！〉，《看》，第 80 期，2011 年 1 月 20 日。www.watchinese.com/article/2011/2854

26 同前註。

27 林其濬，〈虛構的中國．缺席的台灣——當代台灣媒體的想像共同體建構〉，見施正鋒主編，《國家認同之文化論述》，台灣國際研究學會出版，2006 年 1 月。

28 〈中共滲透台媒扭曲台灣學運．民眾現場諷親共媒體〉，《大紀元時報》，2014 年 4 月 4 日。
www.epochtimes.com/gb/14/4/4/n4123098.htm

29 張錦華，〈新聞傳播領域中的反作用力〉，見吳介民、黃健群、鄭祖邦編著，《吊燈裡的巨蟒：中國因素作用力與反作用力》，左岸文化，2017 年 4 月出版。

30 黃哲斌，〈乘著噴射機，我離開《中國時報》〉，作者部落格，2010 年 12 月 13 日。blog.chinatimes.com/dander/archive/2010/12/13/579524.html

31 〈蘋論：誰害台灣新聞自由降等〉，台灣《蘋果日報》，2010 年 5 月 1 日。

tw.nextmedia.com/applenews/article/art_id/32480056/IssueID/20100501

32 林其濱，〈虛構的中國．缺席的台灣——當代台灣媒體的想像共同體建構〉，見施正鋒主編，《國家認同之文化論述》，台灣國際研究學會出版，2006年1月。

33 〈學者看問題：旺旺中時集團一味捧中戕害新聞自由最大隱憂〉，《自由時報》，2010年5月1日。
news.ltn.com.tw/news/focus/paper/392147

34 《國家通訊傳播委員會吉隆等11家有線電視股分有限公司股權轉受讓案公聽會書面意見——嚴正呼籲NCC盡速駁回旺中購併案》
www.ccw.org.tw/sites/default/files/20120507%20NCC%20%E5%85%AC%E8%81%BD%E6%9C%83%20%E5%91%BC%E7%B1%B2%E9%A7%81%E5%9B%9E%20%E5%8D%81%E5%A4%A7%E8%AA%AA%E6%98%8E.pdf

35 林楠森，〈台灣來鴻：三大豪門聯手入主媒體〉，BBC中文網，2012年11月16日。
www.bbc.co.uk/zhongwen/simp/taiwan_letters/2012/11/121116_twletter_twmedia.shtml

36 張錦華，〈新聞傳播領域中的反作用力〉，見吳介民、黃健群、鄭祖邦編著，《吊燈裡的巨蟒：中國因素作用力與反作用力》，左岸文化，2017年4月出版。

◎第六章　中國的形象焦慮症與「大外宣」效果

1 〈中國公安系統的五大弊端〉，多維新聞網，2018年10月21日。
news.dwnews.com/china/news/2018-10-21/60092401.htm

2 "Ai Weiwei breaks his silence", *Global Times*, Aug 10, 2011.
www.globaltimes.cn/NEWS/tabid/99/ID/670234/Exclusive-Ai-Weiwei-breaks-his-silence.aspx

3 "Three outspoken academics", *Global Times*, March 30, 2011.
special.globaltimes.cn/2011-03/639456.html

4 〈德國之聲：中國工人的幹勁讓德國人震撼〉，《環球時報》，2006年11月17日。
news.xinhuanet.com/overseas/2006-11/17/content_5340605.htm

5 展江，〈中國形象需要尊重新聞規律來打造〉，《時代周報》（廣東），2010年7月7日。
www.time-weekly.com/story/2010-07-07/107847.html

6 〈《環球時報》不高興〉，《南方人物周刊》，2011年6月27日。
news.21cn.com/today/pandian/2011/06/27/8480089_4.shtml

7 〈直面胡錫進（上）：「鷹」和「鴿」都有，這才是中國〉，環球網．上海觀察，2016年7月4日。
china.huanqiu.com/article/2016-07/9120323.html

8 北方民間俗語，多指臉皮厚（非貶義，多是戲謔用），傲慢，不知羞恥。

9 江迅，〈胡錦濤部署大外宣格局〉，《亞洲週刊》，第23卷，5期，2009年2月1日。

現原文已經刪除，文學城上以〈中國 CNN 來了，西媒一手遮天的局面將變，千古變局看今朝！〉為題發表。
bbs.wenxuecity.com/currentevent/292504.html

10 〈專訪國務院新聞辦主任王晨〉，對外傳播，2009 年 1 月 1 日。
news.xinhuanet.com/zgjx/2009-01/01/content_10586879.htm

11 〈電腦和電視的區別〉，好詞好句，2011 年 11 月 21 日。
www.sbkk8.com/zheli/4740.html

12 Rob Gifford, *China Road: A Journey into the Future of a Rising Power*. New York, NY: Random House, 2008.

13 Trans-Pacific Partnership, Office of the United States Trade Representative.
www.ustr.gov/tpp.

14 Pilling, D, "Trans-Pacific Partnership: Far-reaching agreement could form powerful new trade bloc", *Financial Times*, Nov 8, 2011.
www.ft.com/cms/s/0/47dd4d14-06cc-11e1-90de-00144feabdc0.html#axzz1goT9hD7G

15 Matt Spetalnick, "Obama On Chinese Economy: 'Enough's Enough' Of 'Gaming' The International System", *Huffington Post*, Dec 19, 2011.
www.huffingtonpost.com/2011/11/14/obama-on-chinese-economy-_n_1092110.html

16 Larry Diamond, "Chinese Influence & American Interests: Promoting Constructive Vigilance", Hoover Institution, Nov 29, 2018.
www.hoover.org/research/chinese-influence-american-interests-promoting-constructive-vigilance

17 現稱《國際紐約時報》（*International New York Times*）。

18 陳萌滄、商漢，〈新世紀如何包裝中國・對外宣傳思路有待改變〉，新浪網，2003 年 8 月 4 日，原載《國際先驅導報》。
news.sina.com.cn/c/2003-08-04/15581475540.html

19 同前註。

20 Ramo, J. "China's Image Emergency", Sep 17, 2006.
my.opera.com/PRC/blog/china-s-image-emergency

21 AndiHaswidi, "Southeast Asia's foreign debt spirals, High levels of borrowing a concern for six nations in region", *Nikkei Asian Review*, Jul 16, 2018.
asia.nikkei.com/Editor-s-Picks/FT-Confidential-Research/Southeast-Asia-s-foreign-debt-spirals

22 〈「一帶一路」全球受阻？英媒居然這樣肆意「潑髒水」〉，《參考消息》，2018 年 7 月 18 日。
www.ckxx.net/shipin/p/111889.html

23 謝培、王媛，〈國家形象片出爐幕後〉，《時代周報》，115 期，2011 年 1 月 27 日。
www.time-weekly.com/story/2011-01-27/111270.html

24 《中國國家形象片亮相紐約時報廣場・每小時播放 15 次・每天 300 次・共計播放 8400 次》，Youtube。

www.youtube.com/watch?v=vlKB3I8eD_g
25 〈國家形象片總策劃:不用官員代表中國已是進步〉,南方網,2011年1月29日。 china.nfdaily.cn/content/2011-01/29/content_19701019.htm
26 張雄、鄭文、李慧敏,〈大國公關:解碼中國形象〉,南方網,2011年3月4日。 finance.southcn.com/f/2011-03/04/content_20728086.htm
27 葛傳紅,〈《中國國家形象片.人物篇》效果惹爭議〉,2011年11月24日。 time-weekly.com/story/2011-11-24/120609.html
28 〈廣東烏坎村屋變各國記者新聞中心〉,公益維權網,2011年12月18日。 www.gywqw.com/news_more.asp?newsid=19787
29 〈回顧709案:中國迫害律師的第三波高潮〉,自由亞洲電台,2018年7月5日。 www.rfa.org/mandarin/yataibaodao/renquanfazhi/wy-07062018103432.html
30 〈維權律師被抓,家屬削髮抗議:「我可以無髮,你不能無法」〉,美國之音,2018年12月18日。 www.voachinese.com/a/Four-Chinese-Activists-Shave-Heads-To-Protest-Persecution-Of-Husbands-20181217/4703829.html
31 "Engaging China on Human Rights: The UN Labyrinth, HRIC Interview with Felice Gaer", *Human Rights in China*, 2011. hrichina.org/node/3261/3261
32 〈中國內地千萬富豪達87.5萬.北京富人數量全國居首〉,《新京報》2010年4月2日。 finance.ifeng.com/money/wealth/millionaire/20100402/2001673.shtml
33 〈扶貧標準提至2300元/年.全國「貧困人口」增1億〉,網易財經,2011年11月30日。 money.163.com/11/1130/07/7K3DF29R00252G50.html
34 張映光,〈器官移植:加快規制的地帶〉,《財經》,2005年第24期,11月28日出版。 magazine.caijing.com.cn/2005-11-28/110062607.html

◎結語 2018年:美國阻擊中國大外宣之始

1 莉雅,〈美專家:美國正在輸掉與中國的戰略競爭〉,美國之音,2018年2月16日。 www.voachinese.com/a/us-experts-us-losing-strategic-competition-with-china-20180215/4256649.html
2 Richard Wike, "Americans' Views of China Improve as Economic Concerns Ease", Pew Research Center, Sep 4, 2017. www.pewglobal.org/2017/04/04/americans-views-of-china-improv
3 Joel Gehrke, "FBI director: Chinese spies 'a whole-of-society' threat to US", *Washington Examiner*, Feb 13, 2018. www.washingtonexaminer.com/fbi-director-chinese-spies-a-whole-of-society-threat-to-us

4 Eric Lipton, Brooke Williams and Nicholas Confessore, "Foreign Powers Buy Influence at Think Tanks", *New York Times*, Sept 6, 2014.
www.nytimes.com/2014/09/07/us/politics/foreign-powers-buy-influence-at-think-tanks.html?_r=0

5 莫雨，〈美智庫：中國間諜組織龐大，西方會遭淩遲處死〉，美國之音，2016 年 7 月 30 日。
www.voachinese.com/a/china-espionage-us-20160729/3441076.html

6 "The Long Arm of China: Exporting Authoritarianism With Chinese Characteristics", The Congressional-Executive Commission on China, Dec 13, 2017.
www.cecc.gov/events/hearings/the-long-arm-of-china-exporting-authoritarianism-with-chinese-characteristics

7 Barbie Latza Nadeau, "Meet the U.S. Officials Now in China's Sphere of Influence", *The Daily Beast.* July 23, 2018.
www.thedailybeast.com/is-chicago-millionaire-pat-arbor-the-worlds-most-spiteful-ex-husband?ref=scroll

8 "China's Overseas United Front Work: Background And Implications For The United States", The U.S.-China Economic and Security Review Commission, Aug 24, 2018
www.uscc.gov/sites/default/files/Research/China%27s%20Overseas%20United%20Front%20Work%20-%20Background%20and%20Implications%20for%20US_final_0.pdf

9 Remarks by Vice President Pence on the Administration's Policy Toward China. White House. Oct 4, 2018.
www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-vice-president-pence-administrations-policy-toward-china/

10 〈邪惡的中國與善良的中國人〉，中國文學網，2009 年 8 月 28 日。
本文由王炎節譯自：Jeffrey N.Wasserstrom, *China beyond the Headlines.* Rowman & Littlefield Publishers, Inc. New York, 2000.
sinology.cssn.cn/zgxx/201605/t20160510_3312962.shtml

11 Jane Perlez, Bree Feng, "China's First Lady Strikes Glamorous Note on Her First Trip in New Role", *New York Times*, March 25, 2013.
cn.nytimes.com/china/20130325/c25peng/dual/

12 George Rennie, "The revolving door: why politicians become lobbyists, and lobbyists become politicians", *The Conversation*, Sept 21, 2016.
theconversation.com/the-revolving-door-why-politicians-become-lobbyists-and-lobbyists-become-politicians-64237

13 "Members of Congress Increasingly Use Revolving Door to Launch Lucrative Lobbying Careers", *Public Citizen,* July 27, 2005.
www.citizen.org/media/press-releases/members-congress-increasingly-use-revolving-door-launch-lucrative-lobbying-careers

14 石培培，〈國會、總統、政府和遊説公司——大資料視角下的美國「旋轉門」關係網〉，《當代世界》，2017 年第 9 期。

15 Russell Berman, "An Exodus From Congress Tests the Lure of Lobbying", *Atlantic Monthly*, May 2018.
www.theatlantic.com/politics/archive/2018/05/lobbying-the-job-of-choice-for-retired-members-of-congress/558851/

16 Carsten A. Holz, "Have China Scholars All Been Bought?", *Far Eastern Economic Review*, Apr 2007.
《遠東經濟評論》雜誌已於 2009 年 12 月停刊，但原文的 PDF 版本在以下網址可搜索到：
carstenholz.people.ust.hk/HaveChinaScholarsAllBeenBought-FEER30April07.pdf

17 Larry Diamond, "Chinese Influence & American Interests: Promoting Constructive Vigilance", Hoover Institution, Nov 29, 2018.
www.hoover.org/research/chinese-influence-american-interests-promoting-constructive-vigilance

18 方冰，〈基辛格：美中不合作世界將失控〉，美國之音，2016 年 12 月 16 日。
www.voachinese.com/a/ncuscr-50th-anniversary-20161215/3638772.html

19 〈美友華人士引用毛主席名言．闡釋中美關係發展〉，環球網，2018 年 11 月 20 日。
world.huanqiu.com/article/2018-11/13592926.html

20 〈擔心債務陷阱，「一帶一路」連遭抗拒〉，美國之音，2018 年 9 月 2 日。
www.voachinese.com/a/news-china-silk-road-project-runs-into-debt-jam-20180902/4554558.html

21 蕭雨，〈美國會重量級議員：中國學術滲透不是間諜小説，是美國當下的現實〉，美國之音，2018 年 6 月 9 日。
www.voachinese.com/a/chinese-infiltration-us-academies-20180607/4429885.html

22 〈美參院聽證：中共是美國和世界的最大威脅〉，《大紀元時報》，2018 年 12 月 14 日。
www.epochtimes.com/gb/18/12/14/n10910375.htm

23 Economic Espionage Act.
www.govinfo.gov/content/pkg/PLAW-104publ294/pdf/PLAW-104publ294.pdf

24 〈美國 1/3 的間諜案被指華人所為，數字觸目驚心〉，澎湃新聞網，2018 年 3 月 29 日。
new.qq.com/omn/20180329/20180329A088J2.html

25 《考克斯報告》，維基百科。
zh.wikipedia.org/wiki/%E8%80%83%E5%85%8B%E6%96%AF%E6%8A%A5%E5%91%8A

26 〈公關在美國——中國對美國的國會遊説〉，豆瓣，2014 年 2 月 17 日。
（作者聲明，「該文於 2013 年 4 月發表於《鳳凰週刊》，文章做了很大刪改，

現將原稿發在這裡〔豆瓣〕」。）
www.douban.com/note/331126781/
27 〈奧巴馬磨合期對華政策剖析：中國仍為競爭者〉，《環球》，2009年1月20日。
news.sina.com.cn/c/2009-01-20/091217081008.shtml
28 Group of Two, Wikipedia.
wikivisually.com/wiki/Group_of_Two
29 特別提款權（SDR）貨幣籃子，正式與美元、歐元、日圓等國際貨幣平起平坐。
30 Jeffrey Goldberg, "The Obama Doctrine", *The Atlantic*, April 2016.
www.theatlantic.com/magazine/archive/2016/04/the-obama-doctrine/471525/
31 〈華裔物理學家張首晟去世，之前其公司遭到美國政府調查〉，BBC 中文網，2018年12月6日。
www.bbc.com/zhongwen/simp/science-46464479
32 Louisa Lim, Julia Bergin, "Inside China's audacious global propaganda campaign", *The Guardian*, Dec 7, 2018.
www.theguardian.com/news/2018/dec/07/china-plan-for-global-media-dominance-propaganda-xi-jinping
33 王山，〈美中關係怪事一樁：美聯社將與新華社合作〉，法國國際廣播電台，2018年12月26日。
rfi.my/3UzY.t
34 美聯社，維基百科。
zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BE%8E%E8%81%94%E7%A4%BE

◎後記　遲到八年才面世的大外宣研究報告

1 Diamond, L. (2018, November 29). "Chinese Influence & American Interests: Promoting Constructive Vigilance". Hoover Institution.
https://www.hoover.org/research/chinese-influence-american-interests-promoting-constructive-vigilance.